

فصلنامه پژوهش و سنجش

سال دوازدهم، شماره ۴۱، بهار ۱۳۸۴

ISSN : ۱۰۲۵-۳۹۶۳

صاحب امتیاز: سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

مدیر مسئول: علیرضا پویا

سردبیر: احسان قرنی

شورای علمی: دکتر یونس شکرخواه، دکتر حسام الدین آشنا، دکتر ناصر باهنر،

دکتر اصغر افتخاری، دکتر اسماعیل بیابانگرد

مدیر داخلی: محمدرضا رضایی بایندر

کارشناسان همکار: ملوک عباسی، مرضیه محمودی

ویراستار: سیما زریسفی

چکیده به انگلیسی: سیدمرتضی میرهاشمی

طراحی روی جلد: مهناز حسامی

صفحه آرایی: زلیخا دولتخواه

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: سروش

نشانی: تهران، خیابان ولیعصر، خیابان هتل استقلال، ساختمان اداری جام جم،

طبقه دوم، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای - صندوق پستی

۱۹۳۹۵-۴۷۴۸

نشانی سایت: <http://www.CRSPA.ir/Sanjesh>

پست الکترونیکی: managm@irib.com

تلفن: ۲۲۰۱۳۷۳۴ - ۲۲۱۶۷۱۴۵

دورنگار: ۲۲۰۱۳۷۳۴

بها: ۸۰۰۰ ریال

مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای



مرکز تحقیقات،
مطالعات و سنجش برنامه‌ای
صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	سخن نخست
۹	نگرشی نو به ارتباطات بین‌الملل گفتگوهای پروفیسور حمید مولانا
۲۹	تأملی فلسفی پیرامون حضور تاریخ در سینما و تلویزیون دکتر علی اصغر فهیمی فر
۵۱	تأثیر رسانه‌ها و فناوری بر آموزش دکتر اسماعیل بیابانگرد
۷۳	رسانه‌ها و پاسخگویی نهادهای حکومتی دکتر مهدی رهبری
۹۹	رسانه‌های جمعی و هویت ملی دکتر علی احمد الطراح / احسان قرنی
۱۲۹	ارتباطات و آوارگی قومی کریم اچ کریم / محمود حقیقت کاشانی
۱۶۱	رویکرد پست مدرنیستی به رسانه عباس محمدی شکبیا و نادر منصورکیایی
۱۸۷	ارزش‌ها و ضدا ارزش‌های اخلاقی از منظر اسلام در روابط زن و مرد، در مجموعه‌های طنز فاطمه پیربداتی
۲۱۳	تصویر بافت شهری و روستایی در مجموعه‌های تلویزیونی منیژه پورنوروز

- ۲۲۹ تأثیر آگهی‌های تبلیغاتی تلویزیون بر نگرش و رفتار زنان متأهل تهرانی
فاطمه دیباجی
- ۲۵۵ عوامل موثر بر میزان اعتماد بینندگان به اخبار شبکه‌های اول و دوم
سیما
فلور غفوری
- ۲۷۵ «ارزش‌ها» در فیلم‌های خارجی سیما
به‌نوش بهرامی‌راد
- ۳۰۱ اصول، اهداف و سیاست‌های خبری در صداوسیما
حسن سبیلان اردستانی
- ۳۲۳ بررسی ساختار و محتوای اخبار ایرنا
دکتر مهدخت بروجردی
- ۳۶۱ نمایه
ضمائم رسانه و موسیقی، راهنمای تنظیم مقالات، فرم اشتراک چکیده‌ها
به زبان انگلیسی

سخن نخست

رسانه‌های مدرن در سطح ملی و بین‌المللی فرصت‌ها و تهدیدهایی را پدید آورده‌اند، هر چند در آنچه جریان آزاد اطلاعات در سطح بین‌المللی نامیده می‌شود، ملت‌هایی که امکانات و توانایی کمتری دارند آسیب بیشتری می‌بینند، دارندگان سرمایه و امکانات متراکم نیز از چنین آسیب‌هایی به دور نیستند. پدید آمدن عرصه مهم ارتباطات بین‌الملل فرصتی است که همه ملت‌ها می‌توانند به نحوی در این باره بیندیشند تا با تقویت امکانات و توانایی‌های خویش، سهم افزون‌تری برای خود تدارک کنند.

توجه به دو نمونه مهم، موضوع را روشن‌تر خواهد کرد. اول: اینترنت پهنه‌ای است که قدرت‌های بزرگ جهان آن را گسترده‌تر و بسیار کوشیدند تا از آن در جهت پیشبرد اهداف و برنامه‌های خود سود جویند و در این زمینه تا حدود زیادی نیز موفق شدند اما با همه‌گیر شدن این رسانه جهانی، که اکنون همه می‌توانند فرستنده و گیرنده پیام آن باشند، دیگر کشورها نیز توانستند جایگاه خود را به دست آورند، به گونه‌ای که دیگر نمی‌توان گفت اینترنت تنها عرصه‌ای برای ارائه کالاهای قدرت‌های بزرگ است.

دوم: پخش رادیویی و تلویزیونی از طریق ماهواره روزگاری در انحصار قدرت‌های بزرگ بود و برنامه‌ها و اهداف آنان را تعقیب می‌کرد برای مثال طی اشغال کویت و سپس حمله امریکا به عراق، شبکه ماهواره‌ای «CNN» امریکا با نقش تعیین کننده‌ای که بر عهده گرفت توانست پشتیبانی رسانه‌ای جنگ را سامان دهد اما در حمله به افغانستان، شرایط تا حدی تغییر کرد؛ ورود شبکه منطقه‌ای الجزیره و تأثیرگذاری آن بر انعکاس رویدادهای جنگ، انحصار خبررسانی را شکست و صدا و تصویری دیگر را - هر چند محدود - منعکس کرد. این شرایط در جنگ اخیر امریکا که به اشغال عراق منتهی شد باز هم تغییر کرد. ورود دو شبکه منطقه‌ای «العربییه» و «العالم» به عرصه‌ای که شبکه‌های جهانی «CNN» و «BBC» و «Fox News» در آن تصویر رسانه‌ای جنگ را می‌ساختند، گسست‌های بیشتری در این تصاویر یکپارچه ایجاد کرد. نمونه‌های دیگری از این دست را باز هم می‌توان نشان داد. همه این موارد شمشیرهای دولبه‌ای است که باید ضمن مقابله با تهدیدهای هر یک از آنها به فرصت‌هایی نیز که در اختیار می‌گذارند فکر کرد. هر چند یک نکته بسیار مهم را نمی‌توان از نظر دور داشت؛ ورود تأثیرگذار به چنین عرصه‌هایی علاوه بر خودباوری، نیازمند تقویت بنیه علمی و ارائه کارهای قوی است نمی‌توان در چنین عرصه خطیری به رقابت پرداخت اما کالای قابل ارائه به همراه نداشت. تنها افراد، گروه‌ها یا ملت‌هایی قادر به بهره‌گیری اثربخش از امکانات عصر ارتباطات خواهند بود که از قدرت و توان نرم‌افزاری و سخت‌افزاری لازم در پالایش امواج و سازماندهی اطلاعات برخوردار باشند.

خوشبختانه طی سال‌های اخیر پیشرفت‌های بسیاری در بومی‌سازی علم از جمله در حوزه رسانه و ارتباطات به دست آمده است که تداوم و ژرفا بخشیدن هر چه بیشتر به آن و نیز ایجاد ارتباط وثیق با حوزه عمل، امید به آینده کار رسانه‌ای و کسب توانایی برای حضور در عرصه بین‌المللی را بیشتر خواهد کرد.

این شماره از فصلنامه پژوهش و سنجش حاوی مقالات متنوعی در حوزه رسانه و ارتباطات از استادان و پژوهشگران این رشته است. سه مطلب در حوزه ارتباطات بین‌الملل، و مقالات دیگر پیرامون موضوعات مختلف و مورد نیاز رسانه ملی ارائه شده است. امید که این شماره نیز مورد توجه و استفاده مسئولان و دست‌اندرکاران سازمان و استادان و پژوهشگران حوزه رسانه و ارتباطات و سایر علاقه‌مندان قرار گیرد.

سردبیر

نگرشی نو به ارتباطات بین‌الملل

گفتگو با پروفیسور حمید مولانا

چکیده

پروفیسور مولانا که یکی از پیشکسوتان رشته ارتباطات بین‌الملل در سطح جهانی است و آثار انتقادی‌اش پلی بین شرق و غرب محسوب می‌شود در این گفتگو می‌کوشد با توجه به مقطع زمانی فعلی، به طرح پرسش‌ها و مطالب جدیدی بپردازد که از دیدگاه ایشان تلاش برای رهایی از وابستگی به بینش‌های موجود و ارائه قرائتی جدید به شمار می‌رود.

ایشان معتقد است که در این زمینه باید بکوشیم به جای این که روابط بین‌الملل و جهانی را از دریچه نگاه قدرت‌های بزرگ سیاسی و اقتصادی و حوادث و وقایع دو قرن اخیر غرب بنگریم در ذهن خود حداقل یک الگو و قرائت دیگر از ارتباطات و روابط بین‌الملل فراسوی نظام کنونی «ملت - دولت» ترسیم کنیم.

از دید وی برای عبور از این بن بست فکری و تبیین مسائل و مشکلاتی که حوزه ارتباطات بین‌الملل را احاطه کرده است باید چهارچوبی ارائه و گسترش داد که با حرکت و رای سلطه روشنگری فلسفی و انتقادی مارکسیستی و لیبرال غرب و با انشقاق در قطب‌های راست و چپ وحدت را وسازی کند همچنین باید با کاوش دیرینه شناختی سنت‌های فلسفی تمدن غرب را به روی گذشته فراموش شده آن گشود و آثار کلاسیک شرق و به ویژه دنیای اسلام را با دقت و نگاه بهتری قرائت کرد و ارائه داد. از نظر ایشان، ریشه‌های علوم اجتماعی و انسانی باید دوباره قالب‌بندی شوند و طرح‌پردازی ما نیاز به وسازی دارد. وی به منظور ارائه

مرزهای جدید در این حوزه اصطلاح «دگر» را به کار می‌برد که معتقد است موجب گشایش در بینش ایدئولوژیک و هرمنوتیک جامعه تفسیری و گفتمانی ما به سویی می‌شود که آن را «وجه متعالی ارتباطات» می‌نامد.

پروفسور مولانا در ادامه به تبیین این امر می‌پردازد که بعد متعالی اصول اخلاقی ارتباط در غرب با بعد هنجاری آن مغشوش شده است و در دهه‌های اخیر در سطح فکر و اندیشه غرب کوشیده است خود را از این بن‌بست خارج کند اما تلاش آن بی‌نتیجه مانده است. از نظر ایشان غرب برای رهایی از این بن‌بست باید افق‌هایی از اندیشه و غیر اندیشه خود را به سوی دین به مثابه دیگر خود بگشاید.

وی معتقد است از دهه ۱۹۶۰ میلادی تاکنون نظریه انتقادی، روابط، ساختارهای قدرت و ایدئولوژی‌ای را نمایان کرده است که تصور ما را از ارتباطات شکل می‌دهد اما این گونه پارادایم با طلوع انقلاب اسلامی ایران و احیای اسلام ناب محمدی و نه «اسلام‌های معتدل مورد قبول غرب» دچار تزلزل شده چنان که دگرگونی‌های امروزی در اصل نتیجه زنگ خوردگی الگوهای سنتی و معمولی روابط بین‌الملل و ناآشنایی دنیای اسلام و حتی مناطق دیگر با این امر است.

○ شما یکی از پیشکسوتان ارتباطات بین‌الملل در سطح جهانی هستید. این

رشته را در حال حاضر چگونه ارزیابی می‌کنید؟

- حوزه ارتباطات بین‌الملل و علوم ارتباطات در یک تقاطع واقع شده است. این تقاطع، گذشته، حال و آینده حوزه ارتباطات بین‌الملل را قطع می‌کند و بر اساس برآوردی که از برهه زمانی فعلی دارد، دستورالعمل‌های متفاوتی ارائه می‌دهد. یکی از سؤالات این است که آیا ما تصاویرمان را از این رشته چونان ابزاری ترسیم می‌کنیم که از رهگذر آن، عرصه ارتباطات بین‌الملل دارای نظم و ترتیب جلوه می‌کند؟ یا برعکس شکاف‌های موجود در این حداقل نیم قرن را، که این رشته طی آن رشد و نمو کرده است، به خاطر می‌آوریم و در تلاش برای رهایی از وابستگی‌ها به بینش‌هایی که هنوز

هم باید باز باشد و کارهایی که هنوز هم باید مخاطره‌آمیز باشد رو می‌آوریم و از متونی که در سوابق تاریخی ما موجود نیست، قرائت جدیدی ارائه می‌دهیم و به تقاضای کسانی که خارج از سنت‌هایی قرار می‌گیرند که سازمان‌هایمان ایجاد کرده‌اند پاسخ می‌دهیم؟

○ لطفاً مرحله تقاطع را با چند مثال بیشتر توضیح دهید.

● برای مثال آیا باید روابط بین‌الملل و جهانی را از دریچه‌ای که قدرت‌های بزرگ سیاسی و اقتصادی و حوادث و وقایع دو سه قرن اخیر غرب ترسیم کرده است در نظر بگیریم یا می‌توانیم در ذهن خود حداقل یک الگو و یک قرائت دیگر از ارتباطات و روابط بین‌الملل، فراسوی نظام کنونی «ملت - دولت»، داشته باشیم؟ آیا ارتباطات انسانی و بشری، فردی و اجتماعی و غیره بین ملیت‌ها و فرهنگ‌ها و تمدن‌ها نباید متفاوت از الگوی کنونی و بهتر و حتی بزرگ‌تر از روابط بین‌الملل باشد که در آن کشورها به صورت واحد و سازمان‌های بین‌المللی به صورت واحد دیگری تصویر و انگاره ارتباطات بشری را به ما می‌دهند؟ رشته ارتباطات بین‌الملل زاییده دو جنگ جهانی اول و دوم و چندین جنگ سرد و گرم پس از آن و محصول و ترکیبی از علوم سیاسی، اقتصادی، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، مردم‌شناسی، فناوری، روزنامه‌نگاری و غیره بوده است. آیا فلسفه و دین و معرفت‌شناسی و هستی‌شناسی را در این میان جایی نیست؟ چرا در این روابط به هنر، و شعر، و زیبایی‌شناسی و عرفان توجهی، به معنی جهانی و انسانی آن، نشده است.

○ ارتباطات بین‌الملل کنونی چه نکات جالبی برای شما دارد؟

● آنچه باعث جلب توجه من به ارتباطات بین‌الملل می‌شود، حس و امیدی است که همراه با پیوندگاه تشکلهای اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و فناوری، حدود حوزه کار ما را تعیین می‌کند. بدین ترتیب ارتباطات بین افراد و فرهنگ‌ها و ملل و مطالعه آن چهارچوبی برای ما فراهم کرده است تا از طریق بررسی طرق و پیچیدگی ارتباطات انسانی، سازمانی و فرهنگی و غیره اقدام به قالب‌بندی فکر جدیدی از مسائل و پرسش‌های عصرمان کنیم و برهه زمانی فعلی را تا سر حد موضوعاتی که به آنها

اندیشه نشده است گسترش دهیم. این تلاش برای فهم دوباره مسائل و پرسش‌هایی است که عصر و احساس ما را از تقاضاهای موجود برای بازقرائت و اساسی شده بنیادهای فلسفی، فرا روایت‌های تاریخی و دیرینه‌شناسی‌هایی تسخیر کرده که سنت‌های غربی آن را شناخته و به آن مشروعیت بخشیده است. خطرات و هیجاناتی که ارتباط بین‌الملل را احاطه کرده، متعدد است. یکی از این خطرات که از طریق تشکیلات اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و فناوری حوزه کار ما کشف می‌شود و به دلیل افول نظام ملت - دولت امروزی به ذهن خطور می‌کند، نهادینه کردن ارتباطات جهانی بر اساس الگوها و رشته‌های معینی است که سال‌هاست بدون انتقاد اساسی برای ما طرح شده است و ما از آنها اطاعت می‌کنیم.

○ نزاع‌ها و جبهه‌گیری‌های کنونی در ارتباطات بین‌الملل و جهانی کدامند؟ لطفاً به طور خلاصه شرح دهید.

• این نزاع و جبهه‌گیری کاملاً ترسیم نشده است اما به طور کلی در نیم قرن اخیر میان سه گروه در جریان بوده است. اول؛ مدافعان سرسخت فن‌سالاری که مروج آزادی اطلاعات به هر شکل و نوع آن هستند. این گروه تصور می‌کردند که نظم و رشته ما، ابزار ارتباط، مرکز آزاد اطلاعات و مؤسسه تحقیقات سیاست است. دوم؛ نظریه‌پردازان انتقادی که اطلاعات را به مثابه کالایی در نظر می‌گیرند که پوشش آن، روابط ساختاری - طبقاتی تولید و مصرف است و این نظم را آیین مقاومت به شمار می‌آورند. سوم؛ گروه دارای اخلاق محافظه‌کاری که هم از گنجینه اقتصادی اطلاعات تجلیل می‌کنند و هم از بریدن آن از ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی سنتی انتقاد می‌نمایند. به عقیده من، هر یک از این مواضع، از بیان پیچیدگی در حوزه ما اجتناب می‌کنند، حوزه‌ای که از طریق شکاف‌ها و تنش‌هایی ایجاد شده و افق‌های فکری و مستعمره سازی را گسترش داده است، که با توجه به مجموعه‌ای از ارزش‌های فلسفی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی قبلاً مشخص شده است.

○ چگونه می‌شود این بن‌بست فکری را شکست، راه عبور چیست؟

• هرگاه چنین سوالی را از دانشجویان و همکارانم می‌شنوم، به یاد شعر حافظ می‌افتم و سعی می‌کنم آن را تبیین کنم، آنجا که می‌گوید، «بیا تا گل برافشانیم و می در ساغر اندازیم فلک را سقف بشکافیم و طرحی نو دراندازیم». اگر بخواهیم مسائل و مشکلاتی که حوزه ارتباطات بین‌الملل را احاطه کرده است بیان کنیم باید چهارچوبی را گسترش دهیم که با حرکت و رای سلطه روشنگری فلسفی و انتقادی مارکسیستی و لیبرال غرب و با انشقاق در قطب‌های راست و چپ وحدت را واسازی کند. ما باید مخالفت‌های فلسفی و فراروایت‌های تاریخی‌ای که نظم ما را تشکیل داده است، واسازی کنیم. ما به یک کاوش دیرینه‌شناختی نیاز داریم؛ گسست‌ها و شکاف‌های موجود در سوابق تاریخی ما، سنت‌های فلسفی تمدن غرب را به روی گذشته فراموش شده آن می‌گشاید.

ما باید با استفاده از بازخوانی و اسازانه افلاطون، هابز، لاک، آدام اسمیت، مارکس و دیگران نگرش ایدئولوژیک و هرمونیک روایت تاریخی‌ای که دیالکتیک منطقی آن را به وحدت در عین افتراقش پیوند می‌دهد، شناسایی کنیم. همچنین باید آثار کلاسیک شرق و به ویژه دنیای اسلام را با دقت و نگاه بهتری قرائت کنیم و در اختیار علاقه‌مندان قرار دهیم. شکاف جراحی فعلی ما در بهبود روشنگری علمی و واسازی نوین توسعه اقتصادی و فنی و تحول انتقادی در روشنگری فلسفی، زمینه‌ای گسترده است، که همراه با آن روشنگری موضوع جدید، واکنش اخلاقی - سیاسی و انسان مداری کلاسیک، سرباز می‌کند.

○ آیا شما از طبقه‌بندی علوم اجتماعی و انسانی امروز ناراضی هستید؟ به نظر می‌رسد که از دید شما مرزهای مشخص رشته‌هایی مانند روابط بین‌الملل، ارتباطات، علوم سیاسی و غیره در شناخت پدیده‌های عصر معاصر تنگناهای نظری و عملی ایجاد می‌کنند و پاسخگوی پیچیدگی‌های زندگی امروزی ما نیستند.

• از نظر نظم و تربیت، مرزهای ما در مکان قرار دارد، اما خطرات و هیجان برهه تاریخی ما، نه تنها غایت سفر را ناشناخته نگه داشته است، بلکه افق‌های آینده را نیز احتمالی کرده است. ریشه‌های علوم اجتماعی و انسانی باید دوباره قالب‌بندی شوند.

طرح‌پردازی ما نیز باید و اساسی شود. مرزهای ما از لحاظ گرایش تقاطع‌هایی هستند که با کاری مخاطره‌آمیز قطع شده‌اند و افق‌های اندیشه را به سوی رهنمون می‌شود که یا پیش از این نبوده و یا درباره آن اندیشه نشده است. نگرش ما، اگر غیر قابل تفکر نباشد، فاقد اندیشه است و طرح‌های ما همانند پلی از میان تفاوت بین افراد، زبان‌ها، فرهنگ‌ها، فلسفه‌ها و مذاهب مختلف، ترسیم می‌شود. ملاحظه کنید در چند دهه گذشته جنگ سرد بین امریکا و شوروی چه مشکلاتی برای علوم سیاسی و بین الملل ایجاد کرده است و چه پراکندگی‌های فکری بیشتری را حتی پس از سقوط امپراتوری و نظام شوروی در این رشته‌ها به وجود آورده است. آیا فکر می‌کنید، افرادی مانند سموئل هانتینگتون، فوکویاما یا امثال آنان مطلب جدیدی می‌گویند یا سخنان چند دهه پیش برنادر لوئیس را با یک انشاء جدید به دیگران دیکته می‌کنند؟ تمایز میان گرایش و نظم یک رشته، ادراکات متفاوت از ارتباطات را نمایان می‌سازد. آنچه ما را به درگیر نشدن با حوزه ارتباطات بین‌الملل می‌کشاند چیست؟ این ندا از کجا می‌آید و افراد به آن چگونه پاسخ می‌دهند؟ آنچه با عنوان گرایش مرا به سوی حوزه و رشته ارتباطات جهانی می‌کشاند، آرزوی نامعلومی است که ورای نظام‌مندی معرفت انضباطی قرار دارد. حوزه ارتباطات بین‌الملل اگر به نحوی درک شود از طرح‌ها و محدوده نظم و ترتیب فعلی ما تجاوز می‌کند و بینش‌هایی را پی می‌گیرد که با آن راه گفت و شنید نامحدود می‌شود.

○ این مرز یا مرزهای جدید چه هستند؟

● این مرز با «دگر» دنبال می‌شود، اصطلاح «دگر» در اینجا مهم است زیرا موجب گشایش در بینش ایدئولوژیک و هرمنوتیک جامعه تفسیری و گفتمانی ما به سوی می‌شود که من آن را «وجه متعالی ارتباطات» می‌نامم. این بخش متعالی گفت و شنید نامحدود همراه با شوقی که ما آن را ارتباطات می‌نامیم، نمی‌تواند به مبنای بیولوژیک نیازها و ابزارهای سیاسی و اقتصادی تنزل پیدا کند و از طریق آن این نیازها را برآورده کند. آنچه این شوق تاریخ فرهنگی و بشری را از نیازهای تاریخ طبیعی متمایز می‌کند از طریق عمل ارتباطات مطرح می‌شود؛ عملی که گواه خود را آن شوقی می‌کند که

می‌خواهد مفهوم خود را به ساختارها و ایدئولوژی‌های تشکیلات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی تسری دهد.

○ به نظر می‌رسد که شما می‌خواهید فلسفه ارتباطات را بیان کنید.

● از نظر حوزه دانش و شناخت ما و ترجیحاً از نظر نظم و ترتیب، ارتباطات همان چیزی است که می‌توان فلسفه نخست نامید. از نظر ارتباط و ریشه‌ای از معرفتی که محسوس است، فلسفه ارتباطاتی نمی‌تواند تنزل یابد و به منافع و ارزش‌های جامعه‌شناسی و اقتصادی - سیاسی محدود شود. بعد متعالی ارتباطات، گرایش و افق فکری اندیشه ما را به سوی خواست از دگر می‌گشاید. درخواست از دگر، محدودیت‌های شناخت را نمایان می‌سازد و هویت و انعطاف‌پذیری اندیشه را به سوی آرزوی ارتباطاتی می‌گشاید که خودش نزدیک آرزو است. این بعد متعالی که از خواست دگر متصور می‌شود، اندیشه را به روی اصول اخلاقی ارتباطاتی می‌گشاید؛ اصول اخلاقی‌ای که از یک دریچه به نشاط‌آوری‌های ایمان‌نیل کانت منتهی می‌شود و از دریچه دیگر به طور کاملاً متفاوت به جلال‌الدین مولوی مولانا بازمی‌گردد. آیا عرفان یک پدیده، جریان و مسیر ارتباطی نیست؟ بعد متعالی ارتباطی تا چه حد می‌تواند بیانگر آن باشد؟ بعد متعالی اصول اخلاقی ارتباط در غرب با بعد هنجاری آن مغشوش شده است. امروز بعد هنجاری ارتباطات در گفتمان دولت - ملت در حال افول است. همان‌گونه که توسط لیبرال‌ها و مارکسیست‌ها نشو یافته است، بعد هنجاری اصول اخلاق ارتباطی، تاکتیک منطقه‌بندی مجدد به شمار می‌رود و بار دیگر مرزهای اساسی و مناطق گفتمانی نظم و تربیت ما را ثبت و از آنها در مقابل واگرایی حوزه دفاع می‌کند. در دهه‌های اخیر در سطح فکر و اندیشه، غرب کوشیده است خود را از این بن‌بست خارج کند اما تلاش آن بی‌نتیجه مانده است. گفتمان یورگان هابرماس بر اساس مکتب روشنگری اروپا، به ویژه آلمان، یک روی این سکه و ندای فوکو و اندیشمندان دیگر فرانسوی مانند ژاک دریدا روی دیگر آن است.

○ موضوع ارتباطات از زمانی که جهان سوم بحث «نظام جدید جهانی اطلاعات

و ارتباطات» را در سازمان ملل، یونسکو و سایر مراکز سیاسی و اقتصادی و

فرهنگی دنیا مطرح کرد در دستور کار روابط بین‌الملل قرار گرفت. البته تلاش جهان سوم در این راه نتیجه مثبت و کاربرد ملموسی به بار نیاورد، اما در دو دهه اخیر با توسعه راهنمای به اصطلاح اطلاعاتی و ارتباطی، ساختار فناوری و اقتصادی و سیاسی ارتباطات تحولات نوینی داشته است و دنیای غرب نظام جدید را به دیگران تحمیل کرده است. در این سطح فناوری و سازمانی و ساختاری ارتباطات نظر شما در مورد وضع فعلی ارتباطات چیست؟

• نظم حاکم بر ارتباطات بین‌الملل در صدد است بنیادهای تلقی خود را دوباره سازماندهی و ایجاد کند و از منافع سیاسی و فرهنگی شناسه‌ها و هویت‌های واگرایانه تحت پوشش خصلت‌های جهانی دفاع کند. همان خصلت‌های جهانی که همراه با سنت روشنگری یعنی منورالفکری غرب ایجاد شده و با شیوه‌های حقوقی و با زور اندیشه مشروعیت یافته‌اند. بعد هنجاری ارتباطات با سلسله مراتب ادراکی که بر حوزه ارتباطات تحمیل می‌شود، پیوسته می‌ماند و واقعیت و آرمان ارتباطی خود را در چهارچوب محدودیت‌ها و تعصبات لیبرالی و مارکسیستی و مدرنیته و به اصطلاح فرا مدرنیته تصور می‌کند که در آن منافع اقتصادی و سیاسی مختلف تحت پوشش مفروض جهانی شدن، نه آنچه باید باشد، قانونی می‌شود.

○ این بعد متعالی ارتباطات که شما از آن صحبت می‌کنید چگونه می‌تواند با بعد دگرگونی‌ای که در غرب جریان دارد و شرح آن را دادید مقابله کند؟

• بعد متعالی ارتباطات در مقابل بعد هنجاری اصول اخلاقی ارتباطی کنونی، افق فکری اندیشه روشنگری غربی را بر روی حد اخلاقی آن می‌گشاید. حد اخلاقی روشنگری فلسفی غرب را کانت در کتاب «مذهب همراه با حدود عقل محض» مطرح کرده است. با درک کانت از «بدا فراطی» و بدتر، و همان گونه که از قرائت وی از انقلاب فرانسه دریافت می‌شود، اصول اخلاقی وی حدود عقل محض را، نه با مراجعه به بعضی از زمینه‌های متعال بلکه با گشایش گسترده زمینه برای عقلی که نهادها آن را ایجاد می‌کنند، مطرح می‌کند. حدود مرزهایی که عقل را احاطه کرده است، افق‌های فکری را بر روی نیندیشیدن می‌گشاید و بازتاب نشاط‌آور عقل را، بدون زمینه عمیق،

می‌گشاید و در ورای عقل و تخیل خارجی به پیش می‌برد. در متن عقل محض، ضرورت اخلاقی، موضوع فلسفی را به ناپیوندی آن پیوند می‌دهد و افق‌های فکری را میان دین و فلسفه می‌گشاید و خواهان محدودیت اندیشه برای مقابله با خواست دگر می‌شود، درخواست چیزی که خارجی است اما همواره حضور دارد. بعد هنجاری قانون جهانی، فردیت و اختلافات میان افراد، زبان‌ها و فرهنگ‌ها را برای پایداری دیالکتیک روشنگر غرب قربانی می‌کند و سپس در چهارچوب سلسله مراتب و تجانس ادراکی این چهارچوب ایدئولوژیک از حقوق افرادی حمایت می‌کند که در فردیت خود، قربانی اجبار ابزاری و اجرایی قانونی شده‌اند که خود را جهان‌شمول می‌داند.

○ دیالکتیک‌های عقلی چه نقشی در این جریان ایفا می‌کنند؟

● دیالکتیک‌های عقلی همواره درگیر تعدی از قانون خود و عینیت‌های ذهنی بیگانه از محیط خود بوده و در نام و قانون حقوق بشر و یک اخلاق محیطی، از وضعیت عینیت یافتگی ذهن و محیط آن دفاع می‌کنند. همان‌گونه که کانت پی برده است تخطی از قانون، از اقدامات بی‌احساسی ناشی می‌شود که منطق روشنگری غرب را همراه با حد اخلاقی آن احاطه کرده است. اما بعد متعال اصول اخلاقی ارتباطات، از ضرورت و تقاضای اساسی تری ناشی می‌شود که حدود عقل محض را نمایان ساخته و واکنش انتقادی نسبت به محیط ورای اطراف آن را به وجود آورده یا ابداع کرده است. حد و افق فکری مطرح در اخلاق کانتی در پاسخ به درخواست دگر، چیزی جز اصول اخلاقی ارتباطی نیست.

○ در ارزیابی کارهای شما اخیراً پروفیسور جورج گربر که بیش از دو دهه ریاست دانشکده ارتباطات دانشگاه پنسیلوانیا را عهده‌دار بوده و دایره‌المعارف بین‌المللی علوم ارتباطات (نشریه آکسفورد) را گردآوری کرده است ورود شما را به رشته ارتباطات در سال‌های ۱۹۶۰ و پس از آن از جنبه روابط بین‌الملل، برای این حوزه تحول‌انگیز نامیده و آثار انتقادی شما را پلی بین غرب و شرق شمرده است. در زمان جنگ سرد و به ویژه در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ که دو مکتب انتقادی فرانکفورت و جامعه‌شناسی و سیاسی غرب با هم رویارویی و مناظره

داشتند، نوشته‌ها و آثار شما در میان سردمداران این نظریات تا چه حد مورد پذیرش بود؟

• البته در اینجا هر کسی می‌تواند ادعا کند که من مرتکب جرائم عدیده‌ای شده‌ام، چون با انتقاد از چهارچوب جهانی و اساسی آن را مورد بازخواست قرار می‌دهم و در مقابل آن موضع می‌گیرم اما یک اختلاف انتقادی میان چهارچوب‌ها وجود دارد که بیشتر ناشی از چرخش صدو هشتاد درجه‌ای دیالکتیکی است تا چرخش و اساسانه، در حالی که بعد هنجاری اصول اخلاقی روشنگری اروپا و غرب، فردیت و کلیت را با هم ترکیب کرده است و به حقوق غیر قابل انتقال شخصی تحت عنوان واژه‌ای جهانی و انتزاعی توجه می‌دهد. من بعد برتر اصول اخلاق ارتباطی را چونان چهارچوب تصور می‌کنم که مسائلی را در سطح جهانی مطرح می‌کند. به جای تصور غیر قابل انتقال شخصی تحت عنوان واژه جهانی و انتزاعی، تصورم بر دگر نامطلوب به عنوان بعد برتر است که فردیت و کلیت را قطع و از یکدیگر جدا می‌کند و حوزه ارتباطات را به روی اختلاف‌های حل نشدنی و کاهش نیافتی می‌گشاید. ما باید اصول اخلاقی ارتباطی جامعه را که بر آزادی عمل و حاکمیت دولت - ملت و تفکیک آن میان عمومی و خصوصی استوار است، بازنگری کنیم. من نمی‌خواهم بر اساس گرایش که مرا به سوی تصور بعد برتر ارتباطات می‌کشاند قدرت مقاومت را از شما بگیرم، در این میان می‌خواهم حد و مرزی را مطرح کنم و نگرش میان فلسفه و دین را توضیح دهم. آیا این ارتباط به بیان دیگری از مرز میان فلسفه و مذهب نیاز ندارد؟ آیا حدود اخلاقی منطقی و عقلی، این مرز میان مذهب و فلسفه را بیان می‌کند؟

○ آینده ارتباطات بین‌الملل را چگونه می‌بینید؟

• ارتباطات بین‌الملل همچون یک رشته و حوزه علمی، هم گستره وسیعی از سرزمین آزاد و هم بخشی از یک سرزمین را در بر می‌گیرد که برای استفاده از هدف خاص، واضح، محدود و تشویقی است. ارتباطات بین‌الملل چونان گستره‌ای از سرزمین آزاد، چشم‌اندازی است که افق فکری را برای روش‌های جدید تفکر درباره دنیایی که در آن زندگی می‌کنیم، می‌گشاید. ارتباطات بین‌الملل همچون یک دیسپلین در حالت

محدود و زینتی، خاصیت ابزاری می‌یابد. ریشه‌های انضباطی حوزه ارتباطات بین‌الملل با آغاز جنگ سرد به وجود آمد و همراه با منافع نظامی و سیاسی استقرار سیاست امریکایی تضمین شد و ربط پیدا کرد. ارتباطات بین‌الملل، با تکیه بر وسایل ارتباط جمعی، به ویژه زمانی که با مطالعه روی عقیده، تبلیغات، پروپاگاندا، افکار عمومی و روابط عمومی و غیره مورد سنجش قرار گرفت مرحله روش‌شناسانه و حالت ایدئولوژیک علوم اجتماعی امروز را تثبیت کرد. در تصویر من از ارتباطات بین‌الملل که خود بخشی از مشکلی است که باید چاره‌ای در تصویر برایش اندیشید و همیشه هم همینطور بوده است، مبانی انضباطی و علمی ارتباطات بین‌الملل، هژمونی‌های معنی‌داری از بین‌الملل چونان الگویی از منافع مخالف و مورد منازعه ایجاد می‌کند که به نوبه خود معنای ارتباطات را تا سطح الگوی مکانیکی سیبرنتیک و جریان اطلاعات تنزل داده و زیر بخش منافع افراطی توسعه اقتصادی و فنی قرار می‌دهد. ارتباطات بین‌الملل چونان دیسپلین و علم، در یک نگاه آسیب‌شناسانه روانی، وضوح بخشیدن به توهمات میراث بدگمانی و عظمت دوگانگی مانوی گونه سیاست‌های جهانی است که جعل کلیت آن در تضاد و تیپ‌سازی و خبیث‌سازی دگر، همانند گفتگوهای تلویحی از طریق «بین» در بین‌الملل و جامعه در ارتباطات کنار گذاشته می‌شود.

مسئله مربوط به ارتباطات که در معرفت‌شناسی سیبرنتیک مطرح است، تحت تأثیر نظریه ذره‌ای بودن جهان و تقدیرگرایی اقتصاد خرد و کلان و ساختارگرایی و کارکردگرایی علوم سیاسی قرار دارد و شالوده فرهنگی و اجتماعی ارتباط را به سطح سازوکار کنترل جریان اطلاعات و بازخورد آن کاهش می‌دهد. در این بین مسائل و پرسش‌هایی که در چهارچوب نظم ارتباطات بین‌الملل شکل می‌گیرد جریان‌های از بالا به پایین علوم سیاسی را در ارتباط با توسعه اقتصادی، عقلانی کردن و نهادینه ساختن کنترل فرهنگی و جریان‌های از پایین به بالای اقتصاد خرد را در ارتباط با علوم رفتاری و مشارکت سیاسی طراحی می‌کند. ارتباطات همچون بازخورد و سازوکار کنترل جریان اطلاعات، الگویی را تدوین می‌کند که تعادل پویای نظام بین‌الملل را حفظ می‌کند. هنگامی که تاریخ‌نگاری (یا پیشینه‌شناسی) علم اهمیت شناسی بین‌الملل را چونان

سرچشمه فناوری‌های ارتباطی بازگو می‌کند، من خلاف آن را استدلال خواهم کرد. معنی‌داری بین‌الملل با توجه به گسترش وسایل ارتباطی جهانی ترسیم نمی‌شود، در عوض آن ایدئولوژی توسعه‌طلبی بازدارندگی و مهار است که ادراک مکانیکی ما را از ارتباطات شکل می‌دهد. به زبان ساده نظام بین‌الملل با وسایل ارتباطی ایجاد نمی‌شود این نظام را چهارچوب فنی و منافع اقتصادی - سیاسی با تصویری که ما از ارتباطات داریم، ایجاد می‌کند و این تصور با منافع خودکار نخبه اطلاعاتی توسعه می‌یابد.

○ آیا به تصور شما اصطلاح روابط و ارتباطات بین‌الملل یک اسطوره است؟

● توسعه‌طلبی جهانی به لحاظ فناوری اطلاعاتی و ارتباطی که در چهارچوب ایدئولوژی جنگ سرد شکل گرفت و تا امروز ادامه دارد، یک حقیقت است. گفتگوی مفروض «بین» در ارتباطات بین‌الملل را به پیش نمی‌برد، بلکه در عوض عکس آن چیزی است که توسط الگوهای بازدارندگی و نظریه‌های بازی‌ها، جریان‌ها و بازخورد اطلاعات، منافع توسعه اقتصادی، آموزش سیاسی و استعمار فرهنگی (آن‌گونه که در مکاتب سرمایه‌داری و کمونیسم وجود دارد) به خوبی ارائه می‌شوند. همگرایی تصویری، نمادی، ادراکی و انضباطی ارتباطات بین‌الملل که توسط ایدئولوژی و توسعه‌طلبی روابط بین‌الملل شکل می‌گیرد، مانع گفتگوهای بین‌الملل و ارتباطی می‌شود. به طور خلاصه نظم ارتباطات بین‌الملل به مثابه علم سیاسی و اجتماعی که در متن روابط بین‌الملل توسعه یافته است، ترکیبی از واژه‌های ناهمگن، خیالی، نمادین و ادراکی است که کاخ آکادمیک و رژیم سیاسی‌اش بر تجسم و آگاهی‌بخشی روش‌هایی که ما در آن راجع به ارتباطات فکر می‌کنیم، بنا شده است اما این خیلی ساده‌انگارانه است و صرفاً یک سوی تاریخ ارتباطات را منعکس می‌کند. از دهه ۱۹۶۰ میلادی تاکنون نظریه انتقادی، روابط، ساختارهای قدرت و ایدئولوژی‌ای را نمایان کرده است که تصور ما را از ارتباطات شکل می‌دهد ساختار نظم ما با دیالکتیک‌های ایدئولوژی جنگ سرد مرزبندی شده و در قالب کمونیسم و سرمایه‌داری، جریان اطلاعات و ایدئولوژی، امپریالیسم فرهنگی و فرهنگ توده، همکاری‌های چند ملیتی، ساختار طبقاتی، جامعه مصرفی، مقاومت سیاسی و غیره قرار می‌گیرد. این گونه پارادایم با طلوع

انقلاب اسلامی ایران و احیای اسلام ناب محمدی و نه «اسلام‌های معتدل مورد قبول غرب» دچار تزلزل شده چنان که دگرگونی‌های امروزی در اصل نتیجه زنگ خوردگی الگوهای سنتی و معمولی روابط بین‌الملل و ناآشنای دنیای اسلام و حتی مناطق دیگر با این امر است. نخبگان غرب زده دنیای اسلام نیز که همانند استادان و فرمانروایان غرب خود در این طلسم گرفتار شده‌اند توان آموزش و تغییر را ندارند. ساختار مفهومی روابط بین‌الملل، که به واسطه اختلافات میان پارادایم‌های مسلط و انتقادی سازماندهی شده است، بر پایه ژئوپولیتیک و ژئوفلسفی بازدارندگی بنا شده است و از دیدگاهی جهانی دفاع می‌کند که خود را در تضادهای درونی جاودانه می‌سازد و افق‌های فکری را با پیش‌بینی افق واقعه‌ای می‌بندد که در تضاد با آن شکل گرفته است. ما به کسانی نیاز داریم که به خود جرأت دهند و در صدد تعریف و چهارچوب بندی قلمرو ژئوپولیتیک و ژئوفلسفی نظم ما باشند که با هویت مخالف ایجاد شده است. ارتباطات بین‌الملل چونان رشته و حوزه‌ای ضروری در تحقیق خود به ناچار باید افق اندیشه را به سوی وعده آینده‌ای نزدیک بگشاید. من آشوب در حوزه ارتباطات بین‌الملل را از ریشه‌ها و تاریخ نظم و تربیت متمایز می‌کنم. من با قرائت مجدد از نظم و تربیت، منتقد تقاضا و تمایلی باقی می‌مانم که با موضوع دفاعی آسیب‌شناسی سیاسی - روانی منحرف می‌شود. تقاضا و تمایل به ارتباط غریزه را تکمیل می‌کند، افق وجودی موجودات دنیا را به سوی متن ارتباطی می‌گشاید و از حاکمیت رژیم‌های جهانی و ملی فراتر می‌رود. تقاضا و تمایل ارتباط نمی‌تواند به سطح نیاز و کارکردی تنزل یابد که در خدمت منافع و ارزش‌های اقتصادی - سیاسی «دولت - ملت» امروزی و توسعه‌طلبی جهانی آن باشد. من برای شروع مجدد و گشودن راه‌ها و افق‌های فکری دیگر به مرزهایی بازمی‌گردم که آرزو دارم از آنها بگذرم.

○ آیا این همان جامعه‌شناسی اسلامی امت است که شما در نوشته‌های چند دهه اخیر خود به آن اشاره کرده‌اید؟ چه نوع جهان‌شمولی می‌تواند جایگزین الگوهای کنونی روابط بین‌الملل باشد؟

• اگر تصور ما از بین‌الملل چهارچوبی باشد که از طریق آن مسائل اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی روز را مطرح می‌کنیم، مجادله‌مان سر آن است که باید در مورد طرح، ساختار و مرز این چهارچوب اندیشه و سؤال کنیم. همان گونه که از اصطلاحات «بین»، در بین شخصی، بین فرهنگی و بین ملی مستفاد می‌شود، فضای ارتباطات به فضای بین اصطلاحات منفرد (اشخاص - فرهنگ‌ها و ملت‌ها) مربوط می‌شود. نه تنها فضای میان فاصله‌ها به واسطه شکاف‌ها و گسست‌های میان مردم، زبان‌ها و فرهنگ‌های مختلف گشوده می‌شود و اتحاد مفروض از طریق نظریات حوزه جهانی نظم ارتباطی و اطلاعاتی، دنیای جدید را واسازی می‌کند بلکه به آشفتگی، تنش و حرکتی معنی می‌دهد که از هندسه‌های حاکمیت دولت - ملت پیشی می‌گیرد. در این حال فضایی که با بین‌الملل ایجاد می‌شود به فضایی مربوط است که نه جهانی به معنی امروزی است و نه ملی. بین‌الملل در ارتباط بین‌الملل نباید اصطلاح واسط میان جهانی و ملی تصور شود بلکه باید گسست‌ها و شکاف‌های زودگذر و مکانی‌ای فرض شود که در مقابل کلیت‌ها، هویت‌ها و مخالفت‌های مفروض با این وساطت، مقاومت آن را متزلزل می‌کند. این امر به فضای میان حوزه اختلاف غیر قابل کاهش و غیر قابل انعطاف مربوط می‌شود که افق‌ها و پل‌هایی را از میان مجراهای بزرگ میان مردم، زبان‌ها و فرهنگ‌ها می‌گشاید. مفهوم و معنی امت اسلامی را باید در این چهارچوب درک کرد. آیا مفهوم «بین» در ارتباط بین‌الملل مستلزم تفکر مجدد درباره رابطه میان زبان و ارتباط و به دنبال آن باز قرائت «بین» در ارتباط بین‌الملل است؟ با توجه به مرزهای کشیده شده بین فرهنگ و افراد مختلف، زبان به هیچ وجه نمی‌تواند واسطه آشکار و قابل فهمی از ارتباط باشد. امت به معنی جامعه و جامعه بشری مفهوم و معنای دیگری از ارتباطات، پیام‌ها، منابع و مقصدها دارد.

○ قرائت شما از زبان چیست؟

• طرح‌های شاعرانه و نمادین مربوط به زبان، فضای نمادین و ذهنی یک آرزو را به تصویر می‌کشد و این آرزوی متافیزیکی و ماوراءالطبیعی اندیشه را به سوی ارتباط و هویت را به سوی دگر می‌گشاید. زبان، ارتباطات را بر روی گسست‌ها و شکاف‌هایی

میان تمدن‌های متباین می‌گشاید. همراه با فضای باز بین فاصله‌ها که از طریق ارتباط بین‌الملل ایجاد شده است، زبان نه واسطه قابل فهم ارتباطی و نه برج بابل است بلکه برملاکننده اختلافات متن ارتباطی است که افق هرمنوتیکی و ایدئولوژیکی تمام زبان‌ها را وسازی می‌کند و افق فکری میان هویت و اختلاف، داخلی و خارجی بودن را می‌گشاید. آیا شکست نظام جهانی، از نظر فنی منجر به اختلاف غیر قابل اغماض و غیر قابل کاهش میان زبان‌ها و علوم قانون‌مندی این اختلافات در جهت قابل فهم کردن جریان اطلاعات و مبادله اقتصاد نمی‌شود؟ اگر ما از مفهوم اختلافی زبان، تصویری داشته باشیم که در مقابل قانون‌مندی‌های وسایل اطلاعات و ارتباطی مقاومت کند، باید هویت را در مخالفت با نظم‌مان قابل درک کنیم. مفهوم متمایزکننده استلزامات زبان و ارتباط اندیشه که در فضای «دربین» (در - بین) شکل گرفته است، یعنی انعکاس انتقادی حدود و مبانی آن، نظم را به سوی گسست‌ها و شکاف‌ها می‌گشاید، آنچه میشل فوکو فرانسوی آن را «دیرینه‌شناسی معرفت» می‌نامد. پیوندهای ارتباطی که مردم، فرهنگ‌ها و ملت‌های مختلف را به هم وصل یا از یکدیگر جدا می‌سازد، به افق‌های فکری تاریخی، دینی، فرهنگی، سیاسی و فلسفی مربوط است که در بین خود و دگر، داخلی و خارجی، هویت و اختلاف گشوده شده است.

○ سال‌ها پیش از انقلاب اسلامی ایران و احیای جنبش‌های اسلامی در دنیا، در بحبوحه جنگ سرد وقتی سایر نظریه‌پردازان علوم روابط بین‌الملل بیشتر به مسائل سیاسی و اقتصادی و استراتژیکی تکیه می‌کردند، شما عامل دین را در روابط بین‌الملل و جریان جهان‌شمولی مطرح کردید. اکنون که چند دهه از آن زمان سپری شده و تحولات بسیاری در سطح جهانی صورت گرفته است نقش آینده دین را در روابط بین‌الملل چگونه می‌بینید؟

● همان‌گونه که هست و همیشه بوده است، از نظر من افقی فکری که از چهارچوب ارتباطات بین‌الملل عقب کشیده می‌شود به مرز میان فلسفه و مذهب و دین می‌پردازد. تقاطع مرزی که با عنایت به جنگ سرد و نگرش‌های کم و بیش پیچیده‌ای که روابط شرق و غرب را همانند روابط شمال و جنوب محدود کند، کاملاً آشکار

می‌شود. در اینجا قصد من روشن کردن شیوه تفکر در حوزه ارتباطات بین‌الملل و روابط بین‌الملل است؛ شیوه‌ای که مرز میان فلسفه و دین را می‌گشاید، کار مخاطره‌آمیزی که شاید ارتباطات میان زبان‌ها و دیدگاه‌های جهانی نیمکره شمال و جنوب را بگشاید. قصد من این نبوده است که از بعد دینی، فلسفه لیبرال و مارکسیسم را نقد کنم، این کار را دیگران به خوبی انجام داده‌اند بلکه بر عکس در صدد گشایش بعد دینی با قرائت دیگر نسبت به طرح و عبور از مرز میان دین و فلسفه با اندیشه دگر هستم، اندیشه‌ای از نگرش که حوزه ارتباطات و روابط بین‌الملل را بر روی پرسش‌ها و آغازهایی می‌گشاید و در صدد گشودن این افق فکری به سوی آینده‌ای است که هنوز به وقوع نپیوسته است. با پایان جنگ سرد و فرسایش دولت - ملت، نظریه انتقادی، ملزم به گشودن مرزهای خود به روی حوزه اختلافی است که به هیچ وجه به منافع و ارزش‌های «طبقه کارگر» محدود نشده است. فضای نمادین و تصویری آرزو همراه با بعد برتر اصول اخلاقی ارتباطی حرکت معادشناسی و موعودگرایی را در بر می‌گیرد که از طریق آن «موضوع تاریخ» را در گرایش دینی آن منعکس می‌نماید، محدودیت خود را تشخیص می‌دهد و خود را بر روی بعد برترش باز می‌کند. با پایان گرفتن جنگ سرد بین آمریکا و شوروی و سقوط یکی از آن دو، امید پدید می‌آید. امید به جامعه‌ای که از منافع خود و از اقتصاد سیاسی لیبرال فراتر می‌رود. از این جهت ما باید روش‌های جایگزین خواندن و نوشتن تاریخ را توسعه دهیم. من تاریخ را نه تنها از نظر وضعیت فعلی قرائت می‌کنم، بلکه در این تقاطع و برهه زمانی، در صدد در هم ریختن نظم هستم و بر اغتشاش حوزه و تحقق دوباره خود آن تاکید می‌کنم. وقفه‌های ارتباطات بین‌الملل که عاری از مرزهای دیسیپلینی و ریشه‌های تاریخی است هم مادی و فضایی است و هم افقی و مورب. همان‌گونه که از تاریخ فعلی ادارک می‌شود حوزه ارتباطات بین‌الملل به فضایی کردن بعد مادی و پایان تاریخ محدود نمی‌شود. هر کس در مواجهه با سکوت به ناچار پی می‌برد که هرچه در ارتباط بین‌الملل خراب است هسته آن در دسترس نیست.

دنباله‌های مرموز فناوری برای ماندگاری و برون رفت از برهه تاریخی زمان ما، ایمان را نسبت به فناوری ریشه کن ساخته است. آیا این اعتقاد گواهی بر بعد برتر ارتباطات و تمایل ما برای پی بردن به خود نسبت به چیز دیگر و ورای هویت مان نیست؟ بدین ترتیب ما باید از مقالات انتقادی یک قرن اخیر خود فراتر رویم و ارتباطاتی را تأکید کنیم که از نوع دیگر باشد و روابط افراد بشر را وارد مرحله نوآوری کند. تلاش و کوشش من ایجاد مکتب جدید انتقادی و ساختاری فراسوی مقولات انتقادی گذشته است که بر روابط بین‌الملل حاکم بود. چرخش مدرن، پست مدرن - اگر کسی به آنها اعتقادی داشته باشد - و اساسانه در نظریه انتقادی، همان‌گونه که در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ میلادی گسترش یافت باید حرکت آخر را در غرب شکل دهند و بازی را با توجه به تغییر تأکید پارادایم غالب انتقاد مارکسیستی به انتقادی از چهارچوب ایدئولوژیک انجام دهند که مارکسیسم و لیبرالیسم را مانند دو دوست نزدیک در نظر می‌آورد.

○ در کتاب‌های خود «گذر از نوگرایی» و «سقوط مدرن» با احتیاط از بحث معروف به «پست مدرن» صحبت کرده‌اید. این مناظره مدرنیته و پست مدرنیته را در چه وضعی می‌بینید؟

● مناظره‌های پست مدرنیسم، همانند علوم اجتماعی با تصویر جهانی از ارتباط بین‌الملل اما این بار بدون ملت‌ها و تاریخ وارده یا موضع دفاعی، تنظیم شد. مناظره‌های پست مدرن، نشان عصری بود که به بازی‌های بی‌محتوای دهه ۱۹۸۰ باز می‌گشت و تلاشی بود برای جلوگیری از بروز شوک و بی‌حس کردن درد ناشی از تحمل خسارتی که به جوامع غرب وارد آمده بود. این مناظره‌ها به عقیده من با «جنگ خلیج فارس» یعنی حمله آمریکا به عراق در ۱۹۹۱ به پایان رسید. پنهان شدن گوش و خون اجساد مردگان از چشم ماهواره و موشک‌های دوربین‌دار تسلیحات ویدئویی، در بین مردم به راز و رمز تبدیل شده بود، در حالی که از این منظر با تصویر خالی، ما را به یاد دنیای ورای حوزه وسایل ارتباط جمعی می‌انداخت. من مایل نیستم نظریات انتقادی، مارکسیستی و مناظره‌های پست مدرن یا واسازی کنار گذاشته شوند. با قرائت جدید

من از ارتباطات بین‌الملل، گذشته به آسانی نمی‌تواند کنار گذاشته شود بلکه برای همیشه بر می‌گردد تا با اشباح خود بر اوضاع فعلی ما مسلط شود. همان‌گونه که در مناظره‌های پست مدرن مطرح است و بر آن تأکید می‌شود، مرگ و پایان هر چیز افقی به آینده می‌گشاید، اما در عوض آینده را از تعلق خاطر به گذشته و زمان سپری شده محروم می‌کند. نه تنها پایان آینده ما را در ورطهٔ پوچ‌گرایی می‌اندازد، بلکه شکست آن به سبب ماتمی است که مرگ و پایان گرامیداشت هویت‌های ما نام گرفته است. ما از آن دور نیستیم بلکه در شکاف و ویرانی‌های دنیای خود با آن درگیر می‌شویم.

○ آیا مناظره‌های پست مدرن راه‌های جدید گفتگو را برای ما باز نکرده است؟

● یکی از مزایایی که مناظره‌های پست مدرن در عرصه فکری به ودیعه گذاشته‌اند، گشودن جامعه تفسیری و گفتمانی بر روی صدای دیگران و گشودن افق هرمنوتیک دیسپلین بر روی آثار نظریه‌پردازان نژادی، جنسی، و قومی است، اما همان‌گونه که در مناظره‌های پست مدرن تا حد زیادی به گسترش آن اقدام شده است، آزادی‌های گوناگون برای همیشه مورد تهدید قرار گرفته و چند فرهنگ‌گرایی و سیاست هویت، لیبرالیسم نو را به دنبال آورده است. از نظر من، تنش‌هایی که با مناظره‌های پست مدرن به وجود می‌آید، از جمله تنش میان اصول اخلاقی آزادی و بازتاب انتقادی آن، میان طنین مکاشفه‌ای و بعد بدبینانه آن، میان اختلافات رها شده با صدای دیگران و بهبود آزادی چند فرهنگ‌گرایی و سیاست‌های هویت، نمایانگر ناتوانی آن در ابراز تأسف از شکست است. مناظره‌های پست مدرن در اظهار تأسف از احساس شکست، شایستگی ندارند و احساسی از مرگ و پایان عاری از اندیشه را بیان می‌کنند.

○ چه نتیجه‌ای می‌توانیم از این گفتگو بگیریم؟

● آنچه عرض کردم برخی از پرسش‌هایی است که قرائت جدید از تاریخ ارتباطات بین‌الملل را در آینده نزدیک شکل می‌دهد. اعتقاد من این است که تقاطع‌های برهه زمانی کنونی حوزه ما را چونان تقاطع میان مذهب و فلسفه می‌نگرد. همان‌گونه که محور شمال - جنوب ارتباطات بین‌الملل را ترسیم می‌کند - و من این اصطلاح شمال و جنوب را با احتیاط بکار می‌برم - بنیان‌های فلسفی تمدن غرب، باید افق‌هایی از اندیشه و غیر اندیشه خود را به سوی دین به مثابه دیگر خود بگشاید. برای درک دین

چونان دگر و روح فلسفه غرب، نباید با «غیر عقلانی بودن مذهب» به خاطر عقلانیت علمی و فلسفی مخالفت کنیم، بلکه بر عکس، باید برآورد جدیدی از مرزی را القا کنیم که حتماً و لزوماً در مکان اول واقع نشده است. در قرائت من، تاریخ، فلسفه غرب، کتاب گشوده‌ای است که هرگز قادر به نادیده گرفتن بعد دینی آن نیستیم، از نظر کانت، مارکس، فروید، هایدگر و دریدا و از نظر محدودیت‌های عقل محض، بعد دینی فلسفه غرب به درون مرکز مورد اختلاف تفکر انتقادی با کد و رمز وارد می‌شود که به هیچ وجه شایستگی ایجاد مبانی‌اش را از درون خویش ندارد. در تلاش برای تأخیر انداختن پوچی، مرز میان فلسفه و دین با مبحث آخرت‌شناسی منجی‌گرایانه مارکس، فشار روحی و ماتم توحید فروید، افق و روشنی‌ای قطع می‌شود و چیزی را می‌گشاید که هایدگر آن را تفکر برای بودن می‌نامد و دریدا، هدیه و وعده به آینده پیش رو می‌خواند. من در صحبت‌های خودمان به متفکران و فیلسوفان دنیای اسلام و به سنت و آیین اسلام اشاره زیادی نکرده‌ام. چون قرائت جدید من بیشتر متوجه مکتب‌های اروپایی، امریکایی و غربی بوده است اما عقیده دارم که رویارویی مرزی با دگر، سنت غرب را به کشمکش‌های جدی با اسلام و فرهنگ‌ها و تمدن‌های دیگر مواجه می‌سازد، نه آن گونه که توسط هانتینگتون و دیگران در سال‌های اخیر ساده‌نگری شده بلکه با توجه به پیچیدگی‌ها و شناخت‌هایی که در اینجا خلاصه کرده‌ام. با این رویارویی مرزی فکری امیدوارم بتوانیم با افق اندیشه نوینی به روابط بین‌الملل و ارتباطات جهانی بنگریم.

تأملی فلسفی پیرامون حضور تاریخ در سینما و تلویزیون

دکتر علی اصغر فهیمی *

چکیده

در دنیای امروز که رشد ابزار ارتباطی و فناوری، تعامل و روابط بین فرهنگ‌ها را گسترده‌تر و حفظ هویت را بسیار دشوارتر از گذشته کرده است، طرح درست و هنرمندانه تاریخ و اساطیر به مثابه قوام‌دهنده هویت و سپر اندیشه می‌تواند فصل جدید را با هویت تاریخی، اساطیری و زیباشناسی قوم خود پیوند دهد و با مدد به استمرار فرهنگی مانع از بروز شکاف و گسستگی میان نسل‌ها شود. در این مقاله، نویسنده می‌کوشد با تبیین این نکته و تاکید بر طرح تاریخ به معنای سیر شکل‌گیری و تداوم فرهنگی یک ملت در سینما و تلویزیون، باب بحثی گسترده و عمیق را پیرامون نحوه پرداخت نظری و عملی (هنری) تاریخ بگشاید. از این منظر، رمز حیات تاریخ و فرهنگ ایران علی‌رغم قرن‌ها سلطه بیگانگان تکیه بر ارزش‌های فرهنگی و قومی و جاری و ساری کردن آن بر زبان هنر است چنان که در یک کلام می‌توان گفت نگاه سینما و تلویزیون به تاریخ نباید محدود به ترسیم وقایع و حوادث باشد بلکه باید به جای پرداختن به کالبد تاریخ، روح آن را مورد توجه قرار داد.

* دکترای تاریخ هنر و فلسفه هنر (استادیار دانشگاه)

از دیرباز حضور تاریخ، ماجراها و شخصیت‌های تاریخی یکی از موضوعات جاری در آثار سینمایی و مجموعه‌های تلویزیونی بوده است. این مسئله به خصوص برای کشورهای که نسبت به تداوم فرهنگی و هویت تاریخی خود حساس‌تر بوده‌اند بیشتر نمود داشته است. واقعاً تاریخ چه نقشی در زندگی انسان‌های معاصر دارد که رسانه‌های ملی کشورها می‌کوشند به گونه گسترده‌ای به طرح آن پردازند؟ در پاسخ به این پرسش ضروری است قدری این مقوله را از زاویه یک گفتمان رسانه‌ای و هنری مورد بررسی قرار دهیم.

از تاریخ معانی متعددی به دست داده شده است. از یک نظر، گذشته و سابقه هر چیزی در بستر زمان را تاریخ آن می‌گویند؛ مانند تاریخ فناوری، تاریخ چاپ، تاریخ هنر، تاریخ فلسفه، تاریخ انسان‌ها و غیره. در این مقال تلاش ما ارائه تعریفی از تاریخ انسان‌هاست. در یک معنی، تاریخ مجموعه‌ای از وقایع و رویدادهایی است که در توالی یکدیگر آمده‌اند و گوشه‌هایی از زندگی و اعمال یک جمع، قوم یا ملتی را به نمایش می‌گذارند. در این راستا تاریخ به خصوص بر زندگی افرادی تأکید می‌کند که نقش اساسی در بروز و پیشبرد این وقایع داشته‌اند. در سینما، ادبیات منظوم و مثنوی، ادبیات داستانی و ... قهرمانان تاریخی اغلب حکم شخصیت‌های محوری را پیدا می‌کنند که حوادث و عمل داستانی (Action) حول محور آنان شکل می‌گیرد. این تعریف از تاریخ یعنی تاریخ به معنای نقل حوادث و این نحوه بازتاب آن در هنر، ساده‌ترین مفهوم و معنایی است که می‌توان از این مقوله به دست داد؛ ضمن آن که معمولی‌ترین روش نمایشی کردن تاریخ نیز هست. تاریخ در این معنا متضمن هیچ نکته فلسفی و تحلیلی نیست. انعکاس این تعریف در سینما، ساخت فیلم‌هایی را باعث شده که صرفاً موضوعشان در گذشته می‌گذرد و هدف آن عموماً سرگرمی است. این نوع نگاه و این تعریف از تاریخ مختص مورخان است که نقل حوادث به گونه بی‌کم و کاست مبنای آن قرار می‌گیرد. سینماگران مقید به این تعریف از تاریخ، وفادار به ظاهری از ماجراهای تاریخی‌اند و صرفاً آنجا که اطلاعات تاریخی تکافوی ایجاد پیرنگ (Plot) را برای درام نمی‌کند، می‌کوشند در محدوده منطق ماجراهای تاریخی از تخیل سود ببرند و جاهای خالی را پُر کنند.

در کنار تعریف مورخان، فلاسفه نگاه کلی‌تری به تاریخ دارند. از منظر آنان تاریخ، کریدور تکامل هستی و جهان است که با سازوکارهایی و با گذر از منازلی به سوی هدفی خاص ره می‌پیموید. فلاسفه‌ای مانند هگل، مارکس، شوپنهاور و دیگران از این منظر به تاریخ نظاره می‌کنند و تعریفی که ارائه می‌دهند مبتنی بر نگاه هستی‌شناسانه آنان است. آنان به ماجراهای تاریخی به عنوان اجزا اهمیت زیادی نمی‌دهند بلکه کلیت تاریخ به مثابه یک مقوله فلسفی را مهم می‌شمرند. در میان فلاسفه، هگل بیشترین اهمیت را به تاریخ می‌دهد. در دستگاه فلسفی او گویی تاریخ با خدا برابر می‌نشیند^۱ در کنار این دو گروه دسته دیگری از صاحب‌نظران وجود دارند که از منظر متفاوتی به تاریخ می‌نگرند. ابن خلدون را می‌توان در زمره این اندیشمندان برشمرد. در نگاه این گروه تاریخ یعنی سیر اندیشه و تفکر و شکل‌گیری میثاق‌های یک جمع، قوم و یک ملت، که از جایی آغاز و به جایی پایان می‌یابد. به عنوان فرایند این سیر، هویت آن قوم یا ملت معنی شده و وزن و ارزش فرهنگی آن آشکار می‌شود. پرسش‌هایی که معمولاً از این منظر مطرح می‌شوند این است که آیا این ملت هنوز به معنای فرهنگی و تمدنی زنده است؟ آیا مبانی هویتی آن مانند دین، زبان و اساطیر همچنان وجود دارند؟ رسوم ملی و وفاق‌های فرهنگی و قومی آنان تا چه حد معنی بخش زندگی معاصر آنهاست؟ و سوالاتی از این قبیل. این معنی سوم از تاریخ یعنی سیر شکل‌گیری و تداوم فرهنگی یک ملت، مدنظر این مقال است که در سینما و تلویزیون باید عمده‌تأ این منظر مورد تاکید قرار گیرد. در نگاه اول تاریخ مجموعه‌ای از حوادث است که در متن زندگی یک قوم اتفاق افتاده و مورخ تعدادی از اهم آنها را برمی‌گزیند و ثبت می‌کند. از این منظر نمی‌توان از تاریخ سوالات فلسفی کرد. برای مثال نمی‌توان از پایان تاریخ یک ملت سخن به میان آورد زیرا آن ملت در ظاهر نمرده است و در بطن حوادث و اتفاقات جدید همچنان به زندگی خود ادامه می‌دهد. از این زاویه برای مثال، اقوام ساکن امریکای پیش از کلمب همچنان در حال زیستن‌اند زیرا نسل آنان هنوز منقرض نشده است. از این زاویه مادامی که یک قوم از نظر نژادی یا فیزیکی ریشه‌کن نشده باشد حیات دارد و صاحب تاریخ است در حالی که تاریخ فرهنگی و اندیشه‌ای اقوام پیش از کلمب مدت‌ها پیش به پایان رسیده است.

از منظر سوم (تاریخ به معنای سیر اندیشه و تفکر یک قوم) می‌توان گفت تاریخ بسیاری از ملت‌ها و اقوام گوشه و کنار دنیا مدت‌هاست که به آخر رسیده است؛ گرچه هنوز اقوام یاد شده در ظاهر وجود دارند و به زندگی خود ادامه می‌دهند. پس چه چیزی از یک ملت مفقود می‌شود که تاریخ تمدن و فرهنگ آن قوم علی‌رغم حضور فیزیکی آنان به پایان می‌رسد؟ در پاسخ به این پرسش باید گفت هر ملت در سیر تاریخی خود به تدریج دارای یک چهارچوب خاص فرهنگی، فلسفی و ذوقی (هنری) می‌شود که بنیادهای آن، بر هستی‌شناسی، جهان‌بینی، اعتقادات دینی، اساطیر، رسوم اجتماعی و غیره استوار است به تعبیری هر ملت در سیر تاریخی خود یک دستگاه فکری و اندیشه‌ای را بنیان گذاشته و تکامل می‌بخشد و دقیقاً به اعتبار همین دستگاه اندیشه‌ای است که از دیگر ملت‌ها متمایز می‌شود.^۲ این ملت در حیطه و گستره این چهارچوب با هستی و طبیعت تعامل کرده و در آن تصرف می‌کند. هستی و طبیعت را مطابق با خواسته‌ها و آرزوهای خود که در بطن اعتقادات قومی معنی شده است می‌سازد. به تعبیر آرنولد توین بی، فیلسوف و مورخ انگلیسی، فرهنگ‌ها و تمدن‌ها نتیجه تهاجم (Challenge) و تدافع یا پاسخ (Response) اقوام است.^۳ اما واقعیت این است که همه قومیت‌ها به تهاجم‌های طبیعت یکسان و با یک الگو پاسخ نمی‌دهند. همین پاسخ‌های گوناگون است که تمدن‌های گوناگون را می‌سازد. رمز تنوع تمدن‌ها و فرهنگ‌ها و حتی هنرها نتیجه شناخت متنوع آنها از هستی و پاسخ متنوع به آن است. تصرف در طبیعت و هستی مبتنی بر الگوهای خاص فرهنگی، تمدنی را می‌سازد که وجهی مادی دارد و وجهی معنوی. هنر و ادبیات و تمایلات ذوقی و زیباشناختی، رسوم و اخلاقیات و قوانین و ... جزء ساخته معنوی به شمار می‌رود که در اصطلاح به آن فرهنگ می‌گویند. این ملت بر مبنای همین پشتوانه‌ها یا فرهنگ، با طبیعت و هستی بده‌بستان می‌کند و شاکله‌ای مادی درمی‌افکند که به آن ساخت تمدنی می‌گویند. مادامی که این ملت مبتنی بر اندیشه، هستی‌شناسی و فرهنگ خود با طبیعت برخورد کند و مبتنی بر ارزش‌های خود در طبیعت تصرف کند می‌توان گفت که آن ملت تاریخ دارد و زنده است. اما زمانی که تعلقات قومی و فرهنگی یا انگاره‌ها یا به تعبیر این خلدون تعصبات قومی تنها در حد یک پس‌زمینه ذهنی در حافظه جمعی حضور داشته

باشد و نقش فعالی در تغییر و دگرگونی هستی و طبیعت و جهان آن قوم ایفا نکند می‌توان گفت آن ملت به انتهای تاریخ خود رسیده است؛ زیرا سیر اندیشه و تفکر در آن قوم به پایان آمده است. تاریخ یک قوم در این مبنا از زمان پیدایی اساطیر آغاز می‌شود و نه به تعبیری که در تواریخ می‌خوانیم که معمولاً مهاجرت به یک سرزمین را آغاز تاریخ یک قوم قرار می‌دهند. تاریخ فرهنگی هر قومی با اساطیر آغاز می‌شود و اساطیر نحوه تفسیر آن قوم از طبیعت و هستی است. اگر بخواهیم قومی را بشناسیم باید در درجه اول به اساطیر آن مراجعه کنیم^۴. بنابراین تاریخ فرهنگی یک قوم تنها متشکل از ماجراهای واقعی نیست.

از زمان پیدایی اولین تظاهرات اندیشه جمعی و ملی و شکل‌گیری وفاق‌های فرهنگی و ذوقی در میان یک قوم، می‌توان گفت تاریخ آن قوم آغاز شده است زیرا وحدت ملی به تدریج در حال شکل‌گیری است. بحث مربوط به تمدن‌های مرده و زنده که تاریخ شناسان و تمدن شناسان مطرح می‌کنند مبتنی بر این تلقی خاص از تاریخ است. تا چند صد سال پیش تمدن‌های بزرگی در امریکای مرکزی وجود داشت که با یورش نظامی سهمگین اروپاییان در فاصله کوتاهی از بین رفت. هم اینک اخلاف این اقوام در برخی کشورها که بعضاً همان سرزمین مادری آنهاست زندگی می‌کنند. اما آیا می‌توان گفت نسل امروزین این اقوام، همان گونه می‌اندیشد، زندگی می‌کند، آرزو می‌کند و عشق می‌ورزد که شیوه اجدادشان بوده است؟ قدر مسلم اشتراک نظر در ارزش‌هایی که موجب وحدت و ایجاد وفاق‌های ملی در میان آن اقوام شده بود اینک عمدتاً از هم گسسته و جای خود را به نظام ارزشی جدید و نوینی سپرده است که به شدت با گذشته آنان بیگانه است و تقریباً گذشته فرهنگی آنان نقشی در معنی کردن و هدف دادن به زندگی معاصر ایفا نمی‌کند. از این رو نمی‌توان گفت آن ملتی که از گذشته فرهنگی خود بریده به حقیقت زنده است و در تاریخ سنتی خود صیورت دارد. بلکه آن ملت از میان رفته و ملت جدیدی متولد شده است. به تعبیر ابن خلدون، هر تمدن یا ملتی با عصبیت‌های خود پدید می‌آید و مادام که آن عصبیت‌ها زنده است آن تمدن و ملت هم زنده است و با تلاشی و انهدام آن عصبیت‌ها ملت هم می‌میرد^۵.

به تعبیر راقم این سطور این عصبیت‌هایی که ابن خلدون به آن اشاره می‌کند یعنی نحوه نگرستن به هستی، نوع تفکر و اندیشه، رسوم، اساطیر، ذوقیات، وفاق‌های فرهنگی، فلسفی و هنری و غیره. حضور این عصبیت‌ها در کریدور زمان یعنی تاریخ. آیا می‌توان گفت تاریخ سیاهان امریکا در امتداد تاریخ اجداد افریقایی آنان است؟ آیا تاریخ سیاهان افریقا در بطن تاریخ ایالات متحده امریکا امتداد یافته است؟ سیاهان امریکایی در حال حاضر با تمام وجود امریکایی‌اند و شاید هیچ فاصله‌ای را به لحاظ احساس خودیت امریکایی با یک سفید امریکایی احساس نکنند؛ اگر اعتراضی هم دارند در چهارچوب اعتراضات آحاد یک ملت نسبت به یکدیگر است که در اینجا تبعیضات نژادی ناشی از رنگ پوست عامل اصلی اعتراضات آنان است نه عاملی دیگر. در حقیقت اعتراض سیاهان امریکا در جهت اعاده هویت قومی از دست رفته آنان نیست بلکه یک اعتراض درون ملتی است که در عین وفاداری به وفاق‌های امریکایی اتفاق می‌افتد.

مغولان در کشور ما بخشی از تاریخ را به خود اختصاص داده‌اند زیرا ماجراهای بسیاری را باعث شده‌اند و کتاب‌های بسیاری در خصوص تاریخ آنان در ایران نگاشته شده است. اتفاقاً در آن زمان مغولان برای ریشه دار جلوه دادن خود تاریخ نویسی را ترویج کردند و تواریخ زیادی نوشته شد از جمله تاریخ و صاف^۱. اما به رغم این تلاش هرگز در تاریخ ایران صاحب تاریخ نشدند. نه آن زمانی که بر اریکه قدرت سیاسی ایران بودند و نه در حال حاضر که تنها خاطره‌ای کمرنگ از آنان در ذهن ملت ایران باقی مانده است. مغولان در قرن هفتم با وجود تسلط سیاسی بر جان و مال ایرانیان همچون یک کبوتر اسیر در چنگ عقاب، اسیر فرهنگ و یا بهتر بگوییم تاریخ ایران بودند هنر ایران به رغم تاثیرات چینی و مغولی هیچگاه استقلال زیباشناختی خود را از دست نداد^۲. در دنیای جدید که به مدد رشد ابزار ارتباطی و فناوری تعامل و روابط بین فرهنگ‌ها بسیار نزدیک و گسترده شده است حفظ هویت هم بسیار مشکل‌تر شده است. قدر مسلم فرهنگ ضعیف، بی‌منطق، فاقد فلسفه عمیق و فاقد دستگاه اندیشه و نظریه، بی‌ابتکار و بی‌خلاقیت و تنبل، در مقابل فرهنگ‌های نیرومند به سرعت به افول

می‌گراید و از بین می‌رود. در این جنگ فرهنگی، هنری و رسانه‌ای، فرهنگ قوی‌تر حق حیات دارد. در این جنگ ارتباطات آن قانون و پیامی که قدرتمندتر است حق حیات دارد. اینک زمان آن گذشته است که ناگهان اقوامی از اروپا به قاره بکری مانند امریکا یورش ببرند و با تکیه بر سلاح‌های آتشین خود تمدن‌هایی را از سطح زمین یکسره محو کنند. اینک آن سلاح‌ها عمدتاً جای خود را به سینما، تلویزیون و ... داده است.

حضور تاریخ در سینما بر این زمینه (Context) فلسفی و فرهنگی است که معنا می‌شود و ضرورت می‌یابد. هدف طرح تاریخ در سینما و تلویزیون این است که نسل جدید را با نسل‌های قدیمی، و طرز اندیشه آنان و با هویت تاریخی و اساطیری و زیباشناسی قومی خود پیوند دهد و نوعی استمرار فرهنگی را باعث شود؛ و به تعبیر دیگر سبب امتداد تاریخ شود. در حقیقت این آثار هنری حکم قوه ذاکره را دارند که گذشته را یادآوری می‌کنند و مانع از بروز شکاف و گسستگی بین نسل‌ها می‌شوند. شاید به این دلیل باشد که از ابتدای تاریخ هنر، اساطیر یکی از منابع اصلی هنر بوده است. نقش تاریخ و اساطیر به مثابه قوام دهنده هویت و سیر اندیشه به قدری اساسی است که کشورهای فاقد تاریخ طولانی، در آثار سینمایی و تلویزیونی خود به جعل تاریخ و اسطوره‌ها می‌پردازند. هیچ کشوری مانند امریکا در طول تاریخ سینما و تلویزیون به جهت شکل دهی به هویت ملی تا این حد به جعل تاریخ و اساطیر نپرداخته است. چرا؟ به این دلیل که این کشور فاقد تاریخ طولانی است. گرچه ایالات متحده یک شاخه از تمدن اروپایی است اما به عنوان ملت امریکا بسیار جوان و بی‌ریشه است؛ از این رو به جعل تاریخ و اسطوره رو می‌کند. فیلم‌های سینمایی و تلویزیونی سوپرمن، باتمن، کاپیتان امریکا، مرد شش میلیون دلاری، زن اتمی، ترمیناتور و آثار بی‌شمار سینمای وسترن و صدها اسطوره دیگر در تاریخ سینما و تلویزیون امریکا تلاش در جهت ایجاد این تاریخ است. همان‌گونه که دیده می‌شود در این رویکرد، معنای تاریخ یعنی محل حضور اساطیر که اتکای نسل حاضر باشند. از این رو تاریخ فقط ماجراهای واقعی اتفاق افتاده نیست بلکه اساطیر هم خود تاریخ اند و هم تاریخ ساز و گرچه واقعی به نظر نمی‌رسند اما از هر واقعیتی واقعی‌ترند و تأثیر آنها از هر امر واقعی، بیشتر

است. اصولاً اولین آثار سینمایی امریکا آثاری است که با مضامین تاریخی و اسطوره ای ساخته شده است. فیلم‌های «تعصب» و «تولد یک ملت» از گریفیث، که او را پدر سینما در دنیا می‌نامند، مصداق این سخن است.^۸ در حقیقت آغاز سینما به مثابه یک ظرفیت و کالبد هنری و زیباشناختی با طرح تاریخ در این رسانه موازی است. صاحب‌نظران، افسانه‌های هومر را که تاریخ اسطوره‌ای یونانیان باستان را روایت می‌کنند رمز وحدت اقوام یونانی می‌دانند. این اساطیر ده‌ها و صدها بار به صورت مستقیم و غیر مستقیم در آثار سینمایی و تلویزیونی کشورهای غربی به نمایش درآمده است تا کشورهای اروپایی و امریکا را متوجه ریشه‌های تاریخی و فرهنگی خود نماید.^۹

یهودیان از همان سال‌های اولیه توسعه صنعت سینما در امریکا، دریافتند که می‌توانند از این طریق به تغییر دیدگاه عموم نسبت به قوم یهود پردازند. آنان می‌دانستند که هرگز نمی‌توانند دیدگاه‌های منفی‌ای که کتب مقدس راجع به صرافان دنیاپرست یهودی و آزار موسی توسط برخی یهودیان و غیره ترسیم کرده‌اند را محو کنند و یا تاثیر آثار ادبی و هنری انتقادگری مانند «تاجر ونیزی» شکسپیر را از حافظه جمعی بزدايند، اما به این نتیجه رسیدند که از طریق سینما می‌توانند واقعیت‌های تاریخی را تحریف کرده و واژگونه جلوه دهند. آنان با سرمایه‌گذاری و تولید برخی فیلم‌های تاریخی و تأسیس کمپانی‌های فیلمسازی به این هدف اقدام کردند. در سال ۱۹۲۴ شرکت تازه تأسیس متروگلدن اولین برداشت سینمایی را از کتاب معروف لیو والاس (Lew Wallace) به نام بن هور (قهرمان یهودی) تهیه کرد. در آن زمان تهیه این فیلم ۴ میلیون دلار هزینه در بر داشت، این جنبش با تهیه فیلم‌های دیگر مانند «سامسون و دلیله»، «ده فرمان» و... و در این اواخر «فهرست شیندلر» از اسپیلبرگ و غیره پی گرفته شد.^{۱۰}

سینما و تلویزیون ایران نیز از بدو شکل‌گیری همواره به تاریخ به مثابه یک منبع هویت بخش نگریسته است. ایران در زمره کشورهایایی است که همواره برای تأکید بر هویت خود از تاریخ مدد گرفته است. گذشته از برخی تلاش‌ها برای نادیده گرفتن دوره‌های مهم تاریخ این سرزمین ملت برای زنده نگاه داشتن هویت و شخصیت ملی

خود همواره بر تاریخ خود اتکا کرده و نوعی ناسیونالیسم دینی را محور تلاش‌های فرهنگی و هنری خود قرار داده است. شکل‌گیری نهضت فرهنگی و هنری شعوبیه در قرون اولیه اسلامی توسط ایرانیان حرکتی گسترده برای مبارزه با جریان «تفضیل» بود که سیاست جور خلفای فاسد اموی آن را راه انداخته بود. ایرانیان در این نهضت کوشیدند به تاریخ ایران پیش از اسلام (اساطیر، اعتقادات و رسوم) در بطن تاریخ ایران اسلامی و هم‌سو با ارزش‌های اسلامی معنا، مفهوم و ارزش دهند و گذشته تاریخی را بر متن باورهای دینی اسلامی معنای جدید داده و حیات آنها را استمرار بخشند.^{۱۱} در دوران‌های بعدی ایرانیان که عمدتاً زیر بار تسلط حاکمان بیگانه، ترکان، مغولان، ترکمانان و... قرار گرفتند، با اتکا به تاریخ خود این تهاجم‌های ویرانگر را به سلامت از سر گذراندند چنان که تاریخ ایران دچار انقطاع (Disruption) نشد. از آغاز دوران غزنویان تا حمله مغول حدود سیصد سال ایران تحت حاکمیت ترکان اداره شد اما تاریخ ایران امتداد یافت و ترکان هرگز دارای تاریخی موازی با تاریخ ایران نشدند بلکه در هاضمه تاریخی و اندیشه ایرانی هضم شدند و ایرانی نژاد شدند. میزان دل‌بستگی آنان به پایگاه جدید فرهنگی و نژادی به گونه‌ای بود که علی‌رغم فاصله زبان مادری یعنی ترکی، این اقوام مبدل به عناصری برای گسترش فرهنگ و زبان ایرانی در ماورای مرزهای ایرانی شدند. گسترش زبان و فرهنگ فارسی در شبه قاره هند نتیجه اقدامات نظامی و غیر نظامی غزنویان و گسترش زبان و فرهنگ فارسی در فلات آناتولی و غرب آسیا، نتیجه اقدامات سلجوقیان ترک نژاد حاکم بر ایران بود.^{۱۲}

رمز حیات تاریخ و فرهنگ ایران علی‌رغم این که قرن‌ها تحت سلطه سیاسی بیگانگان بود، تکیه بر تاریخ فرهنگی و قومی و جاری و ساری کردن ارزش‌های فرهنگی این تاریخ بر زبان هنر است که بزرگترین نماینده آن ابوالقاسم فردوسی، حکیم مسلمان شیعه بود که شاهنامه او کتاب تاریخ و هویت ایرانیان است؛ کتابی که هم تاریخ اساطیر است و هم تاریخ واقعی. تأثیر فردوسی این شاعر حماسه‌سرا در اعاده و استمرار هویت ملی ایران در بطن ارزش‌های جدید اسلامی به حدی است که از چشم هیچ پژوهشگری دور نمانده است.^{۱۳}

این رسالت تاریخی که متضمن حفظ حیات و هویت ایران و ایرانی است اینک به رسانه‌های نوین مانند سینما و تلویزیون سپرده شده است. در سینما و رادیو و تلویزیون ایران چه پیش از انقلاب و چه پس از آن تاریخ همواره به مثابه یک رویکرد در ساخت آثار مطرح بوده است و هدف این حرکت همان یادآوری افتخارات گذشته، تاکید بر ارزش‌های فراموش شده و در یک کلام استمرار هویت بوده است. اما آنچه همواره تأمل برانگیز و حتی موجب نگرانی بوده نحوه پرداخت نظری و عملی (هنری) به تاریخ است. نگاه و معنی سینما و رادیو و تلویزیون از تاریخ نباید محدود به ترسیم وقایع و حوادث باشد بلکه باید در حیطه منظر سوم یعنی تاریخ اندیشه و فکر ایرانی صورت گیرد. فکر و اندیشه ایرانی، روان‌شناسی و خلقیات و رفتار اجتماعی و تاریخی ایرانی است که تحت نفوذ هستی‌شناسی، معرفت‌شناسی و زیباشناسی ایرانی شکل گرفته است. بنابراین ما با سلسله نظریه‌هایی روبه‌رو هستیم که تشخیص ملت ایرانی را احصا و احراز می‌کند. این نظریه‌ها در قالب وقایع، حوادث تاریخی، رفتار اجتماعی، رسوم و عملکرد ذوقی ایرانی (هنر) ظهور و بروز یافته است. این مجموعه را سنت نام داده‌اند. توضیح آن که تمامی عملکرد نظری و عملی قوم ایرانی در این مجموعه به صرف «سنت بودن» ممدوح نیست، سنت فی حد ذاته ارزش نیست چنان که در مقایسه با ارزش‌های جدید و در فرایند سنجش و ارزیابی عقلانی وقتی آنها را به حقیقت نزدیک‌تر می‌یابیم می‌پذیریم و دقیقاً تحت منطق همین نوع ارزیابی و سنجش است که بسیاری از آنها را فاقد ارزش و سکه بی‌اعتبار تلقی می‌کنیم و به دور می‌ریزیم. اما در مجموع سنت ایرانی که ریشه در اندیشه و شخصیت ایرانی دارد والا و شکوهمند است که هویت خود را در آموزه‌های اسلامی بازخوانی کرده و اعتبار خود را در بطن ارزش‌های وحیانی و قرآنی محک زده و موفق بیرون آمده است. فیلمساز تاریخی از این رو با سخت‌ترین و غامض‌ترین نوع فیلمسازی روبه‌روست زیرا او در ابتدا موظف به درک و شناخت نظریه‌های فکر ایرانی است و سپس باید آن روح تاریخی را به دستور زبان سینما برگرداند. عدم توجه دقیق به این مبادی باعث شده که بخش قابل توجهی از تولیدات سینمایی و تلویزیونی در حد محتوای تاریخی‌ای که ارائه می‌دهند ظاهر نمی‌شوند و چه بسا آسیب‌های فرهنگی آنها بیش از فوایدشان است.^{۱۴}

در طرح صحیح تاریخ در سینما و تلویزیون باید به دو نکته توجه جدی شود که عبارتند از:

۱ - درک درست و مناسب فرهنگی از تاریخ به گونه‌ای که اولاً حقیقتی فرهنگی از تاریخ تحریف نشود و ثانیاً این درک و تحلیل نقطه اتکایی در تبیین جایگاه فرهنگی نسل نوین باشد.

۲ - پیدا کردن زبان سینمایی و تصویری متناسب با محتوای تاریخی و به رسمیت شناختن زبان تلویزیون و سینما

در خصوص بند شماره ۱ باید گفت درک تخصصی تاریخ و تمیز صحیح از سقیم و سره از ناسره و درک تاریخ به مثابه روح یک ملت حتی کار یک یا چند متخصص تاریخی هم نیست چه رسد به یک هنرمند که معمولاً اطلاع کافی از تاریخ ندارد. پیچیدگی‌هایی که در بطن تاریخ نهفته است و به خصوص برقرار کردن نسبت مناسب بین وقایع تاریخی و زمان حاضر وظیفه گروهی از نخبگان متخصص است تا چهارچوب درستی را تدارک ببینند که اثر نمایشی بتواند در آن شکل و قوام گیرد. بدون قرائت جدید از تاریخ، بسیاری از حوادث و شخصیت‌های تاریخی بی‌معنا و حتی مضحک جلوه خواهند کرد. ساخت فیلم ابراهیم (ع) یا موسی (ع) در سینما و تلویزیون بدون تأویل و نگاه جدید چه دردی از مسائل فرهنگی و هنری روز را درمان خواهد کرد؟ آیا مردمان معاصر مانند قوم ابراهیم یا موسی در چند هزار سال گذشته مجسمه‌هایی را به عنوان بت می‌پرستند و یا به فرعون به چشم خدا می‌نگرند که لازم باشد همان ماجراهای تاریخی را در بستر نمایش تکرار کنیم و ابراهیم بت شکن و موسی فرعون ستیز را از نو مطرح کنیم؟ آنچه طرح ابراهیم بت شکن را در زمانه جدید ضروری جلوه می‌دهد معنای نوین بت و بت پرستی و دین ابراهیمی است که ابراهیم و موسی تاریخی می‌توانند بهانه تحلیل آن قرار گیرند. قدر مسلم همان زمان که ابراهیم خلیل تبر را با پیکر بتان آشنا می‌کرد هدفش شکستن یک تکه چوب یا سنگ نبود بلکه تبر را بر نظامی اعتقادی، اجتماعی و اقتصادی‌ای فرود می‌آورد که بتان مظهر آن بودند. به اعتقاد راقم، تاریخ در سینما و تلویزیون یک بهانه است تا آن استمرار هویتی و

فرهنگی دچار انقطاع نشود از این رو باید به جای کالبد تاریخ بیشتر به روح تاریخ بیندیشیم.

سرمایه‌گذاری تلویزیون در ساخت مجموعه‌های تاریخی پس از انقلاب از نظر محتوا و تجارب هنری و نوع تأثیری که بر مخاطب گذاشته قابل مطالعه است تا آشکار شود تا چه اندازه این آثار در ایجاد استمرار فرهنگی و هویتی ایرانیان موثر بوده است. قدر مسلم در کنار توفیق‌ها، کاستی‌های بسیاری نیز بر این جریان مترتب است. به دلیل رویکرد ایدئولوژیک تلویزیون یکی از مهم‌ترین کاستی‌ها وفور مضامین و موضوعات مذهبی به عنوان محتوای سریال‌های تاریخی و ندرتاً توجه به مضامین ملی بوده است در حالیکه در اعاده هویت ملی ایرانی اسلامی و بازخوانی جهت‌دار گذشته لاجرم می‌بایست سهم قابل توجهی به موضوعات ملی و ارزش‌های ملی نیز داد. با توجه به تنوع زبانی، مذهبی و نژادی و وجود قومیت‌ها در حیطه جغرافیای سیاسی ایران، اتفاقاً تاکید جهت‌دار بر ناسیونالیسم ایرانی بر زمینه اعتقادات دینی رویکردی است که تلویزیون به مثابه یک استراتژی در برنامه‌سازی‌های نمایشی توجه شایسته‌ای به آن نکرده است. مصادیق در بی‌توجهی به این مسئله بسیار است به‌عنوان مثال هم اینک سریالی تحت عنوان حضرت یوسف در حال ساخت است به گفته سازندگانش بیش از سی قسمت خواهد بود. با همه احترامی که برای حضرت یوسف پیامبر عظیم الشان قائل هستیم و وقوف بر این حقیقت که قصه حضرت یوسف به مثابه احسن القصص در قرآن کریم نامبرده شده با این وجود، این سریال تا چه حد ظرفیت طرح مضامینی مانند هویت ایران اسلامی را دارد که لازم می‌آید بیش از سی قسمت به آن پرداخت. هرچند باید نتیجه کار را دید و قضاوت کرد. آنچه مسلم است این است که چه بخواهیم چه نخواهیم ما میراث بر گذشته‌ای هستیم که دو پاره است، پاره‌ای که ماحصل تلاش فرهنگی و تمدن ایرانیان پیش از اسلام است و پاره‌ای که به تلاش فرهنگی و تمدن ایرانیان پس از حاکمیت اسلام در ایران برمی‌گردد. بر خلاف بعضی از اقوام مسلمان شده که کلاً با گذشته خود قطع ارتباط کردند و به تعبیری تاریخ پیش از اسلام خود را به یکباره طلاق گفتند (مانند مصریان) ایرانیان نتوانستند یا نخواستند از

گذشته خود کاملاً ببرند. تقریباً هیچ عامل فرهنگی‌ای از مصر زمان فراغنه در تاریخ فرهنگی مصریان پس از حاکمیت اسلام امتداد نیافت. آنها زبان، رسم‌النخط، اساطیر، دین و حتی نژاد خود را فرو گذاردند و مختصات قوم مهاجم (اعراب) را انتخاب کردند و اینک جزئی از جهان عرب (Arabic world) به شمار می‌آیند. اما ایرانیان با پذیرش صادقانه اسلام کوشیدند در امتداد ارزش‌های اسلامی راهی برای استمرار بعضی از سنن خود بیابند و ناسیونالیسم ایرانی را امتداد بخشند. اما این ناسیونالیسم ایرانی مغایرتی با مسلمان بودن ایرانیان پیدا نکرد و تعاملی که بین ایران و اسلام به وجود آمد منجر به شکل‌گیری تمدن ایرانی اسلامی گردید که دانشمندی مانند ریچارد نلسون فرای از آن به عصر طلایی ایران یاد می‌کند.^{۱۵}

ایرانیان صدر اسلام با هوشمندی بین عرب و عرب نژاد شدن با ارزش‌های ناب اسلامی تفاوت قائل شدند و چنان نهضتی را در حوزه‌های فرهنگ، هنر، زبان، ادبیات، معماری، و فلسفه به وجود آوردند که می‌توان گفت سهم بزرگی از تمدن اسلامی مدیون و مرهون تلاش ایرانیان است.^{۱۶}

این روند را که محصول کوشش‌های هزاران هزار متفکر، فیلسوف، ادیب و هنرمند است باید ادامه داد، زیرا نمی‌توان آن را نادیده گرفت. رستم یک اسطوره‌ای زرتشتی بود که فردوسی حکیم و مولوی و بسیاری دیگر از هنرمندان آن را در بطن اعتقادات اسلامی مسلمان کردند و پشتوانه فرهنگ ایران اسلامی قرار دادند.

که رستم یلی بود در سیستان منش کردم این رستم داستان

فردوسی

مولوی رستم را در کنار حضرت امیر (ع) قرار می‌دهد و آوای «شیر خدا و رستم داستانم آرزوست» را سر می‌دهد.

شیخ شهاب‌الدین سهروردی بزرگترین فیلسوف نحله اشراق با تاویل فلسفه ایرانی (فلسفه خسروانی و فهلویون) در بطن فلسفه اسلامی و تاویل نمادین اساطیر تاریخ ایران پیش از اسلام، تاریخ و فرهنگ ایران را در طول ارزش‌های اسلامی مطرح می‌کند نه در عرض آن و سبب وحدت دو مقطع از تاریخ و فرهنگ ایران می‌شود. لذا

رسانه‌های ما نمی‌توانند نسبت به این روند اندیشه‌ای که بر تاریخ ایران گذشته بی‌تفاوت باشند. نباید اشتباه دوره مشروطه را به گونه دیگر تکرار کرد. آنها تاریخ عظیم و شکوهمند ایران دوره اسلامی را زیر سوال قرار دادند، به بهانه اینکه این دوره، عصر حاکمیت اسلام، به معنای ارزش‌ها و فرهنگ قوم عرب است و بنابراین باید آن را به دور ریخت. اگر بپذیریم که تاریخ ایران هزاران سال پیش از حمله اعراب به ایران آغاز شده است و در زمان فتح ایران توسط اعراب دچار انقطاع تاریخی نشده‌ایم پس باید به گونه عمیق در رسانه‌های امروزی سهمی برای آن قائل شویم. با صرف عوض کردن روز سیزده بدر به نام روز طبیعت نمی‌توان بین این دو پاره (یعنی پاره تاریخ ایران پیش از اسلام و پاره تاریخ ایران پس از اسلام) وحدت قائل شد. به نظر می‌رسد پیشینیان ما مانند فردوسی، خواجه نظام‌الملک و خواجه نصیر در سیرالملوک و سیاست‌نامه‌های خود و شیخ اشراق در آثار فلسفی خود در ایجاد وحدت بین این دو خصیصه محوری در شخصیت ایرانی هوشمندتر از ما عمل کرده‌اند.^{۱۷}

طرح پیامبران بنی‌اسرائیل مانند یوسف و موسی علیه‌السلام و هر موضوع تاریخی دیگر نیز می‌باید مطابق با استراتژی یاد شده یعنی ایجاد وحدت بین این دو پاره و به منظور استمرار هویت صورت پذیرد. اگر قرار است با طرح پیامبران بنی‌اسرائیل علیه‌السلام به تحریفات جریان سینمای یهود و صهیونیست‌ها پاسخ بگوییم این وظیفه را می‌توان مشترکاً با دیگر کشورهای اسلامی پی‌گیری کرد. اما در خصوص بند ۲ می‌بایست ملاحظات مقتضیات جهان‌نمایش را در نظر گرفت.

هنگامی که یک هنرمند موضوعی را از تاریخ وام می‌گیرد و می‌کوشد آن را نمایشی (Dramatize) کند بر این واقف است که توفیق یک اثر نمایشی (فیلم و ...) بستگی دارد به اینکه تا چه اندازه ما بتوانیم عوامل شکل دهنده واقعیت را به عوامل زیباشناختی و بیانی در هنر برگردانیم. جهان فیلم جهان خاص خود است و گرچه در درام واقع‌گرایانه انعکاس وقایع بیرونی را تحت وظیفه خود دارد اما این به معنای تقلید تام و تمام از عوامل ساخت واقعیت نیست. ارسطو در کتاب «فن شعر» خود که اولین کتاب

فلسفه هنر و زیباشناختی به صورت مستقل است می‌گوید داستانگو می‌تواند از ماجراها و حوادثی در داستان خود بهره ببرد که گرچه در واقعیت اتفاق نیفتاده است اما ممکن الوقوع می‌باشد^{۱۸}. به تعبیر دیگر با منطق ماجراهای واقعی در بیرون داستان منافات نداشته باشد.

در سینمای جهان کارگردانانی بوده‌اند که در برخورد با تاریخ کوشیده‌اند حتی به محل وقوع حادثه (Location) بروند و در همان محل‌های واقعی فیلمبرداری کنند. اگر این نگاه مستندگونه به ماجراهای تاریخ مبتنی بر ضرورت‌های فرهنگی و همچنین زیباشناختی نباشد عقلانی به نظر نمی‌رسد. وفادار بودن به تاریخ تا جایی خوب است که ما دچار تحریف وقایع تاریخی نشویم اما بعد از این مرحله همه چیز تابعی از ضرورت‌ها و مقتضیات زیباشناختی و هنری اثر خواهد بود. مسلماً چنانچه تحقیقات بسیار مفصل و عمیقی راجع به مضامین تاریخی صورت گیرد اما در برگردان آن به هر فیلم اقتضانات فرمی و هنری در نظر گرفته نشود طرح نیمه تمام خواهد بود.

اینجاست که ضرورت شکل دهی به یک طرح نمایشی به میان می‌آید. طرح نمایشی به معنی اتخاذ یک نوع رجوع فرهنگی و زیباشناختی به یک موضوع یا شخصیت تاریخی است. به عنوان مثال حضرت موسی (ع) موضوعی است که هم میکل آنژ پیکر تراش و نقاش بزرگ عهد رنسانس به آن پرداخته و هم مولوی روایاتی از ایشان را به نظم درآورده است. به دلیل دوگونه متفاوت رجوع میکل آنژ و مولوی، به شخصیت حضرت موسی (ع) دو نوع تلقی و تعریف از این شخصیت تاریخی آفریده شده است. میکل آنژ در آفرینش پیکر حضرت موسی (ع) با الهام از اساطیر یونانی، خاصه زئوس، شخصیتی پر هیبت و سهمگین از موسی به دست داده است به گونه‌ای که با تاکید بر جنبه‌های آناتومیکی و مادی پیکره گویی یک سلطان قدر قدرت را به تصویر کشیده است. شخصیت تراویده موسی در مجسمه‌ای که میکل آنژ از او ساخته و در واتیکان است بیشتر بر قدرت فردی، تجسد و جسمانیت او تاکید کرده و دیدن او بلافاصله روایت قتل یکی از مصریان را توسط موسی تداعی می‌کند که با ضربت یک مشت او از پای درمی‌آید. اما مولوی از حضرت موسی (ع) شخصیت یک عارف، یک فرد بسیار

متواضع و فروتن که حتی خود را از سگی در نزد خدا پایین تر تلقی می‌کند. تصویر می‌نماید (نک به قصه ماموریت خدا که در کوه طور به موسی می‌فرماید برو و یک فردی از خود پایین تر را برای من بیاور و موسی ظاهراً به همین دلیل نمی‌تواند این مأموریت را به سرانجام برساند.) شخصیت موسی در طرح فرهنگی و هنری مولوی تمثیلی از عارفانی است که پشت به قدرت‌های مادی کرده و قدرت واقعی را نه در اندام سهمگین و خوفناک میکل آنژی بلکه در صفای درون به دست می‌آورند.

طرح حافظ در تعریف از جمال یوسف تمثیلی از زیبایی خداوند می‌شود که به هیچ عنوان قالب تصویر نمی‌تواند حق مطلب را ادا کند.

من از آن حسن روز افزون که یوسف داشت دانستم

که عشق از پرده عصمت برون آرد زلیخا را

واقعیت این است که توفیق ظهور شخصیت‌ها و ماجراهای تاریخی در هنر ایرانی کاملاً مبتنی بر طرح فرهنگی و هنری است که از سوی هنرمندان ارائه شده است که گاه بسیار با واقعیت‌های مادی آن شخصیت‌ها در تاریخ مغایر است. شخصیت اسکندر در قصه نظامی تا چه حد مبتنی بر واقعیت اسکندر مقدونی است. گرچه از آن واقعه خارجی منشأ گرفته است.

فراموش نکنیم بعضی از شخصیت‌های تاریخی مانند حضرت یوسف (ع) چنان در حافظه جمعی ملی و تحت تاثیر آثار هنر سنتی ماهیت خاص خود را یافته است که اگر در طرح آنان در رسانه‌های مدرن مانند سینما دقت نورزیم چه بسا آن تلقی و حافظه جمعی فرو خواهد ریخت.

جمال یوسف در قصه که تمثیلی از جمال خداوندی است به قدری تاثیر برانگیز است که زنان مصری ناخواسته دست‌های خود را با چاقو می‌برند. اگر چهره یوسف در تلویزیون ساخته شد و اغلب تماشاگران آن را معمولی دیدند آیا تاثیر تاریخی آن قصه فرو نخواهد ریخت؟ فراموش نکنیم تصویر یوسف که در ادبیات ما موجود است مبدل به تصویری خیالی شده که هر کس در ضمیر خود ساخته و به تحقیق هیچ تصویر بیرونی با آن تصویر خیالی برابری نمی‌کند. بنابراین چنانچه طرح هنری کارگردان،

فکری به حال این تصور ملی از جمال یوسف نکند و در مرحله انتخاب بازیگر (Casting) یوسف و زلیخا و ... خود را متناسب با آن تعریف نکند، نتیجه عمل چه خواهد شد؟

لحن تراژدی و لحن حماسی در آثار تاریخی

به دلیل وضعیت نابسامان سیاسی و اجتماعی ناشی از تاخت و تاز بیگانگان در ایران، غم مبدل به یکی از خصوصیات روانشناختی ایرانیان شده است. این خصیصه، هنر ایران از موسیقی تا ادبیات را به رنگ خاصی درآورده است. صاحب‌نظرانی مانند ریپکا و مینورسکی حتی رشد و تکامل عرفان و نحله‌های صوفیانه در ایران را نیز به وجود نابسامانی‌های اجتماعی و سیاسی نسبت می‌دهند.^{۱۹}

دیده می‌شود که در آثار تاریخی در سینما و تلویزیون صبغه تراژیک بر کل اثر غلبه دارد؛ در حالی که ادبیات ایران از حماسه نیز آکنده است. اصولاً در برخورد فعال با نابسامانی‌های اجتماعی و بالا بردن انگیزه اجتماعی در حل ناملازمات، روایت و لحن حماسی از گذشته و ماجراهای تاریخی تاثیر برانگیزتر است تا تراژدی. فراموش نکنیم نهضت شاهنامه نویسی در قرون اولیه هجری در ایران به منظور ایجاد حس غرور و حماسه شکل گرفت. وجه حماسی ادبیات منظوم از مقدسین مثلاً در واقعه کربلا چه بسا بیشتر از بعد تراژیک آن است و رجزهایی که از زبان شخصیت‌ها در آثار منظوم موجود است حس غرور را در عروق مخاطب به جریان در می‌آورد، هرچند در مراسم محرم عمدتاً بر بعد تراژیک آن تاکید می‌شود.

آثار تاریخی سینمایی و تلویزیونی عمدتاً لازم است بر پایه حماسه تعریف شود مگر آنکه موضوع کاملاً تراژیک باشد. تراژدی البته می‌تواند وجه مکمل حماسه را داشته باشد. تفاوتی که در لحن وقایع تاریخی مقدسان از زبان ادیبان و صاحب‌نظران غیر ایرانی مانند عبدالفتاح عبدالمقصود در کتاب «امام علی (ع)» یا جرج جرداق در کتاب «الامام علی صوت العدالة الانسانیة» و ... در مقایسه با ادیبان ایرانی دیده می‌شود این است که در لحن ادیبان غیر ایرانی حماسه نمایان‌تر است.

به نظر می‌رسد مخاطب بیش از آنکه پذیرای روحیه تراژیک در آثار باشد در جستجوی فضاهای حماسی است. به‌عنوان مثال در یکی از فرازهای فیلم «امام علی(ع)» وقتی ایشان در میدان جنگ شمشیر به دست به هدف قتل عمروعاص با اسب به سمت او تاخت می‌کند عکس‌العمل مخاطبین بسیار خیره‌کننده بود.

دستور زبان سینما و تلویزیون ماجراها و شخصیت‌های تاریخی در عالم و فضای فیلم تعریف می‌شود و عالم فیلم یعنی نور، لنز، دکور، لباس، انتخاب بازیگر، قاب بندی، تقطیع، تدوین و عوامل فراوان دیگر. از این رو هر نوری که به شخصیت تاریخی خود بتابانیم یا هر لباسی تن او بپوشانیم و یا هر چهره و فیزیک بدنی خاصی برای او انتخاب کنیم به نوعی خصوصیات آن شخصیت را از نو تعریف کرده‌ایم. به همین دلیل این اعتقاد وجود دارد که هنرمند در کنار تسلط به زبان سینما و تلویزیون لازم است از درجات معرفتی بسیار عمیق نسبت به شخصیت و روح تاریخی برخوردار باشد تا بتواند از طریق قابلیت‌های هنری تصویری از شخصیت به دست دهد که با مدارج او فاصله نداشته باشد. معرفت تاریخی و فرهنگی هنرمند به خصوص در طراحی از شخصیت‌های مقدسان که طرح درست و یا غلط آنها در فیلم مستقیماً بر «ایمان عمومی» تأثیر می‌گذارد به مراتب مهم‌تر است. از حدود قرن هشتم میلادی هنر اروپا تصویر مسیح را متحد (Uniformize) کرد؛ یعنی ویژگی‌های بصری‌ای را تدارک دید که تقریباً در تمام تصویرسازی‌ها در آثار نقاشی و سینما تکرار شد. خصایص مسیح در این چهره‌سازی عبارت بود از مردی زیباروی، رشید، سفیدپوست، با چشمان آبی و موهای طلایی که گویی رنجی ازلی و ابدی در وجود او موج می‌زند. این رنج ازلی و ابدی که همان فلسفه تصلیب در کلام مسیحی است از مسیح یک نقش مایه (Motif) خلق کرد که در حافظه عموم مردم در جهان جای تصور بومی از مسیح را گرفت، اینک تصور ما از مسیح همان‌گونه است که غربیان ساخته‌اند. جالب است خصایص چهره مسیح با شمایی که از مسیح در هنر صدر مسیحیت برجای مانده کاملاً متفاوت است. شبکه BBC در سالیان اخیر فیلمی مستند راجع به چهره مسیح ساخت که نشان می‌داد براساس تحقیقات انجام شده مسیح فردی با موهای مجعد و مشکی، چشمانی سیاه، پوست گندمگون، قد متوسط و یا شاید کوتاه بود. به این ترتیب هنر اروپا در طول

قرون چهره مسیح را متناسب با میثاق‌های فرهنگی و نژادی اروپایی دگرگون کرده است. در حقیقت نژاد اروپایی از چهره مسیح همانی را ساخته که خود می‌پسندیده است. نوشته‌اند یونانیان که پیش قراولان فرهنگی و هنری قوم اروپایی‌اند خدایان خود را شبیه خود می‌ساختند، چه به لحاظ فیزیک و چه به لحاظ خصوصیات روحی، و به همین دلیل خدایان یونانی در ظاهر انسانی ساخته شده‌اند و از نظر شخصیتی انعکاسی از خلق و خوی یونانیان‌اند یعنی در ماجراهای خدایان یونانی دزدی، حسد، حرص، فحشا و ... بسیار به وفور دیده می‌شود. همین روحیه یونانی را در دیگر اقوام اروپایی و این بار در چهره مسیح می‌بینیم. این جریان را در هنر که تحت عنوان مفهومی کردن (Conceptualization) می‌توان نام برد ویژگی عمومی در تاریخ هنر است که نبایستی از آن غافل باشیم. ضرورت دستیابی به روح تاریخ در نمایش و شخصیت‌های تاریخی، یعنی مفهومی کردن آنها و ترجمان آنها به میثاق‌های هنری است، چیزی که معمولاً از آن غفلت می‌شود. در مجموعه امام علی (ع) با نماهای بسته‌ای که از اعضای پیکر مبارک حضرت امیر گرفته می‌شود بیننده به سهولت در می‌یابد که با شخصیتی روبه‌روست که از نظر بدنی، فربه، قدری کوتاه و ... است و این گرچه شاید از خصوصیات بدنی حضرت در عالم واقع باشد لکن در عالم هنر به هیچ عنوان لازم نیست که طابق النعل بالنعل از خصوصیات شخصیت تاریخی تقلید کنیم. باید ببینیم چه تصویری سبب تأثیر مثبت در مخاطب شده و خصوصیات زیباشناختی اثر را ارتقا می‌دهد. جهان نمایش و هنر، جهان ویژه‌ای است که تمامی واقعیت‌هایی که تحت عنوان محتوا یاد می‌کنیم باید به واقعیت‌های زیباشناختی تبدیل شوند. از این رو طرح شخصیت‌های تاریخی خاصه مقدسان زبان ویژه‌ای را طالب است که بر هنرمند لازم است آن را بیابد. نداشتن خلاقیت هنری و درک درست محتوا در بیان نمایشی از تاریخ و شخصیت‌ها سبب عقیم شدن موضوع و آسیب رساندن به روح تاریخ خواهد شد و حافظه جمعی معاصر را تیره و تار خواهد کرد. اصولاً بدعت‌های فرمی و هنری که غربیان در بیان تاریخ در سینما و تلویزیون می‌گذارند با هدف و جستجوی ظرفیت‌های بیانی نوین است تا زبانی متناسب با محتوا بیابند.

پی‌نوشت‌ها

- ۱- ر ک، شهید مطهری، *فلسفه تاریخ* و ایضا عبدالکریم سروش، *فلسفه تاریخ*
- ۲- نک داریوش شایگان، *بت‌های ذهنی و خاطره ازلی*، امیرکبیر، ۱۳۷۱ و کتاب *آسیا در برابر غرب* از همین نویسنده
- ۳- توین بی، *تاریخ تمدن*، ترجمه یعقوب آژند
- ۴- ر ک، *اسطوره، رویا، راز*، میر چا الیاده، ترجمه رویا منجم، ۱۳۷۴ و *چشم‌اندازهای اسطوره* از همین نویسنده ترجمه جلال ستاری
- ۵- ر ک، محمد پروین گنابادی، *مقدمه ابن خلدون*، بنگاه ترجمه و نشر کتاب، ۱۳۵۹
- ۶- شاهرخ مسکوب، *هویت ایرانی و زبان فارسی*، نشر آینه، ۱۳۷۹
- 7 - See: Ferrier, R.W (1989) *The Art of Persia*, New Haven & London, Yale University Press
- ۸- دیوید بوردول، کریستین تامسون، *هنر سینما*، ترجمه فتاح محمدی، نشر مرکز، ۱۳۷۷
- ۹- نک، اچ، جی رز، *تاریخ ادبیات یونان*، ترجمه اسماعیل یونسی، امیرکبیر، ۱۳۷۲
- ۱۰- مسعود اوحدی، *یهود و یهودیت در سینما*، فصل‌نامه هنر، ۱۳۷۹
- ۱۱- این رویکرد در بعد فلسفی آن در آرای سهروردی (شیخ اشراق) قابل مطالعه است. آثار بسیاری در این حوزه نگارش شده است می‌توان به آثار نلسون فرای یه فریه پوپ، گذار، سید جواد طباطبایی و دیگران رجوع کرد.
- ۱۲- ادوارد براون، *تاریخ ادبیات ایران* و شاهرخ مسکوب، *هویت ایرانی و زبان فارسی*، ایضا ذبیح‌الله صفا، *تاریخ ادبیات در ایران* و دیگران
- 13 - Frye, R.N. (1975), *The Golden Ages of Persia*, London, Weidenfeld and Nicolson & British Encyclopedia, London.
- ۱۴- رادیو و تلویزیون ایران آثار بسیاری در حوزه تاریخ ساخته که تعداد زیادی از آنها تحریف تاریخ بوده‌اند. سریال غارتگران در پیش از انقلاب به هدف تبلیغ رضاخان ساخته و پخش شد و سریال سمک عیار با تحلیلی سوسیالیستی از جنبش عیاران ایرانی نوشته و ساخته شد.

15 - Frye, R. N (1975), **The Golden Ages**, London

۱۶- نک، مرتضی مطهری، *خدمات متقابل اسلام و ایران*، انتشارات صدرا

۱۷- نک، سید جواد طباطبایی، *اندیشه ایرانشهری*

۱۸- ارسطو، *فن شعر*، ترجمه عبدالحسین زرین کوب، امیرکبیر

۱۹- نک، ریپکا، *تاریخ ادبیات ایران*، ترجمه عیسی شهابی، انتشارات علمی و فرهنگی، ۱۳۸۱

تأثیر رسانه‌ها و فناوری بر آموزش

دکتر اسماعیل بیابانگرد*

چکیده

دو رویکرد عمده در مورد استفاده از رسانه‌ها و فناوری در مدارس وجود دارد. نخست؛ دانش‌آموزان می‌توانند «از» رسانه‌ها و فناوری استفاده کنند و دوم؛ آنان می‌توانند «با» رسانه‌ها و فناوری بیاموزند. یادگیری از رسانه‌ها و فناوری اغلب به مواردی چون تلویزیون آموزشی، آموزش مبتنی بر رایانه یا نظام‌های یادگیری تلفیقی اشاره دارد، اما یادگیری با فناوری که کمتر از رویکرد یادگیری از فناوری گسترش یافته است به مواردی چون ابزارهای شناختی و محیط‌های سازنده‌گرای یادگیری می‌پردازد.

صرف نظر از رویکرد یا روش، رسانه‌ها و فناوری، به دلیل آن که اثرات مثبتی بر آموزش و یادگیری دارند، به طور گسترده‌ای مورد استفاده قرار گرفته‌اند. در این مقاله، شواهدی در مورد اثربخشی و تأثیر رسانه‌ها و فناوری بر مدارس کشورهای مختلف دنیا (از کودکان تا دبیرستان) ارائه شده است.

* عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبایی

E- mail: ebiabangard @ yahoo.com

تعریف رسانه‌ها و فناوری

تاکنون تعاریف بسیاری از رسانه‌ها ارائه شده است که دامنه آن از «یک شکل خاص از ارتباط تا صنعتی که اخبار را در اختیار ما قرار می‌دهد و ما را سرگرم می‌کند» متفاوت است. در این مقاله، «رسانه به هر گونه وسیله ارتباطی (به هر شکلی که باشد) گفته می‌شود.» با این تعریف، رسانه‌ها مشتمل بر نظام‌های نمادی هستند که دامنه آنها از چاپ، عکس، انیمیشن تا صدا و تصاویر متحرک متفاوت است.

به همین قیاس برای فناوری نیز تعاریف بسیاری ارائه شده که دامنه آن از «کاربرد روش علمی برای حل مشکلات» تا «وسایل یا فرایندهایی که دانش یا هنر یک فرهنگ را شکل می‌دهد» متفاوت است. در این مقاله، فناوری عبارت است از «هر شیء یا فرایند انسان ساخته‌ای که از آن می‌توان برای انتقال پیام‌ها استفاده کرد». با این تعریف، فناوری پدیده‌هایی نظیر کتاب، فیلم، تلویزیون و اینترنت را نیز در بر می‌گیرد.

از منظر آموزش، رسانه‌ها نظام‌های نمادی هستند که معلمان و دانش‌آموزان برای ارائه دانش از آن استفاده می‌کنند، فناوری‌ها نیز ابزارهایی هستند که به این افراد امکان می‌دهند دانش خود را با یکدیگر شریک شوند. اما متأسفانه، اغلب این دو واژه بدون درک درست معنا در امر آموزش به جای یکدیگر به کار برده می‌شوند. فناوری‌های مبتنی بر رایانه را نمی‌توان به مثابه «رسانه‌ها» در نظر گرفت، زیرا انواع برنامه‌ها، ابزارها و وسایلی که با آنها می‌توان آموخت به یک نظام نمادی خاص و یا طبقه خاصی از فعالیت محدود نمی‌شوند. با این تفکیک، رایانه یک اختراع چند وجهی است که موارد استفاده گسترده‌ای دارد (سالومون^۱، ۱۹۹۲، ص ۸۹۲).

اهمیت رسانه‌ها و فناوری بر آموزش

چرا در فعالیتهای آموزشی به رسانه‌ها و فناوری تا این حد بها داده می‌شود؟ از بعد رسانه‌ای، موضوع‌های بسیار مهمی برای دانش‌آموزان، والدین، مربیان، دولتمردان و به طور کلی جامعه وجود دارد. برای مثال سؤال‌های بااهمیتی در مورد اثرات رسانه‌های مختلف بر رشد شناختی و اخلاقی کودکان مطرح است. از بعد فناوری نیز افراد

می‌خواهند بدانند کدام یک از انواع فناوری جدید از روش‌های سنتی اثربخش‌تر است، کدام فناوری بیشتر دانش‌آموزان را بر می‌انگیزد یا موجب افزایش دسترس‌پذیری و کاهش هزینه‌ها می‌شود.

دلیل دیگر توجه به رسانه‌ها و فناوری در امر آموزش، منافع تجاری یا جمعی حاصل از کاربرد آن است. گرچه هنوز مواد چاپی همچنان «رسانه مسلط» در مدارس محسوب می‌شوند، در دهه اخیر در سراسر دنیا سرمایه‌گذاری مالی بسیاری در این زمینه صورت گرفته است. برای مثال، در ایالات متحده حداقل ۱۰ درصد کل هزینه‌های آموزشی صرف رسانه‌ها و فناوری می‌شود.

تأثیر یادگیری از رسانه‌ها و فناوری در مدارس

رسانه‌ها و فناوری به مثابه برنامه آموزشی

اساس استفاده از رسانه‌ها و فناوری به مثابه «آموزش‌های خصوصی^۲» در مدارس، «ارتباطات آموزشی^۳» است. فرض بر این است که دانش‌آموزان مطالبی را از محتوای ارتباطات فرا می‌گیرند (کرنیدی^۴، ویر^۵، رید و وارن^۶، ۱۹۹۶). در ارتباطات آموزشی اطلاعات یا دانش را فناوری‌های مختلف به صورت تصویری یا کلامی در نظام‌های نمادی (رسانه‌ها) رمزگذاری می‌کنند. برای نمونه، انیمیشن یک شکل از رسانه است که می‌توان، از طریق فناوری‌های مختلفی مانند شبکه جهانی وب، به دانش‌آموزان ارائه کرد.

برای مثال، در یک آموزش خصوصی علمی مبتنی بر وب، حرکت ماه به دور زمین باید به گونه‌ای با انیمیشن نشان داده شود که دانش‌آموزان بتوانند تصویرسازی کنند و سال قمری را یاد بگیرند. فرایندهای آموزشی را می‌توان با توجه به رویکرد یادگیری از رسانه‌ها و فناوری، در مدارس به صورت مراحل زیر خلاصه کرد:

۱- مواجه کردن دانش‌آموزان با پیام‌های رمزگردانی شده در رسانه‌ها و ارائه آنها از طریق فناوری؛

۲- مفروض دانستن این که دانش‌آموزان این پیام‌ها را درک و رمزگردانی می‌کنند؛

۳ - ارائه پاسخی که نشان می‌دهد پیام دریافت شده است؛

۴ - تهیه بازخورد برای کافی بودن پاسخ.

تعامل در رویکرد معمولاً از طریق فناوری، نظیر کلیک کردن موس برای نشان دادن پاسخ یک سوال چندگزینه‌ای و دریافت بازخورد به شکل پیام دیگری که از قبل در رسانه‌ها کدگذاری شده است، انجام می‌گیرد. فناوری‌های آموزشی (برای نمونه، فیلم‌ها و ماشین‌های آموزشی) در قرن بیستم با این باور طراحی شدند که با آنها می‌توان همانند معلمان «آموزش» داد (کوبان^۷، ۱۹۸۶). در این قسمت دو نمونه پرکاربرد از رسانه و انواع فناوری یعنی تلویزیون و رایانه را بیشتر توضیح می‌دهیم.

یادگیری از تلویزیون

باورهای عمومی در مورد تلویزیون

هر چند از زمانی که نخستین تلویزیون آموزشی در سال ۱۹۳۳ در آیوا^۸ آغاز به کار کرد تحقیقات بسیاری در مورد اثرات آموزشی آن صورت گرفته است، مشاجره در این خصوص، در مدارس و جوامع، همچنان ادامه دارد. برای نمونه، برخی منتقدان (مانند پستمن^۹، ۱۹۸۵ و وین^{۱۰}، ۱۹۹۵) می‌گویند تماشای تلویزیون فعالیت‌های شناختی را تضعیف می‌کند. با این حال، مرور ادبیات تحقیقی در مورد تلویزیون نشان می‌دهد چنین انتقادهایی بیشتر بر مشاهدات ذهنی مبتنی است تا تحقیقات عینی؛ و شواهد محکمی در این زمینه وجود ندارد که تلویزیون ذهن را تباه می‌کند (سیلز^{۱۱}، بری^{۱۲}، فولرتن^{۱۳} و هورن^{۱۴}، ۱۹۹۶). همچنین تاکنون شواهد قابل قبولی به دست نیامده که نشان دهد تلویزیون بیش فعالی یا منفعل بودن را در کودکان افزایش می‌دهد (دُر^{۱۵}، ۱۹۹۹).

باور رایج دیگر این است که تماشای تلویزیون بر پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان اثرات سوء دارد. هر چند برخی مطالعات وجود رابطه منفی بین مدت زمان تماشای تلویزیون و عملکرد تحصیلی را گزارش کرده‌اند، نتایج آنها به دلیل تاثیر متغیرهای

مداخله‌گری چون هوش و طبقه اجتماعی - اقتصادی مورد تردید است (سیلرز و همکاران، ۱۹۹۶).

به رغم نگرانی‌های بسیار والدین و معلمان، کودکان اغلب هنگامی به تماشای تلویزیون می‌پردازند که تکالیف خود را انجام داده‌اند (نیومن^{۱۶}، ۱۹۹۷). بنابراین، به نظر می‌رسد تماشای تلویزیون با زمان انجام تکالیف مدرسه تداخلی پیدا نمی‌کند. با این حال حتی وقتی تلویزیون روشن است کودکان واقعاً محو آن نمی‌شوند. یک مطالعه بر روی کودکان ۵ ساله نشان داد آنان ۶۷ درصد از زمانی را که در منزل بوده‌اند، تنها به این دلیل برنامه‌ها را تماشا می‌کرده‌اند که تلویزیون روشن بوده است (آندرسون و همکاران، ۱۹۸۵). به نظر می‌رسد توجه دیداری به تلویزیون در ۹ سالگی به نقطه اوج می‌رسد و به تدریج کاهش می‌یابد تا این که در بزرگسالی به حدود ۶۰ درصد می‌رسد [یعنی برای مثال بزرگسالان به یک برنامه ۱۰۰ دقیقه‌ای حدود ۶۰ دقیقه توجه دیداری دارند] (هاستون و همکاران، ۱۹۹۲). در هر اقدامی که برای سنجش تأثیر تلویزیون صورت می‌گیرد، ابتدا باید مشخص شود آیا افرادی که زیاد تلویزیون تماشا می‌کنند توجه خود را واقعاً بر آن متمرکز می‌کنند یا تماشای تلویزیون را پس‌زمینه‌ای برای دیگر فعالیت‌ها می‌دانند.

بسیاری از تحقیقات نیز بر رابطه بالقوه بین تماشای تلویزیون و فرایندهای شناختی ویژه تمرکز داشته‌اند. نتایج این مطالعات اثرات محدودی را نشان داده است (هاستون و همکاران، ۱۹۹۲). تماشای تلویزیون به خودی خود، ارتباطی با کاهش میزان توجه، پیشرفت تحصیلی، زمان مطالعه یا خلاقیت و قدرت تخیل ندارد. به همین قیاس، ادعاهایی مانند این که تماشای تلویزیون کارکرد ذهنی را افزایش می‌دهد از اعتبار چندانی برخوردار نیستند. اثرات تلویزیون بستگی به عوامل متعددی از جمله هوش کودک، دیگر فعالیت‌ها و محرک‌های محیطی، نوع برنامه‌ها و میزان تماشا دارد. پژوهشگران در جمع‌بندی ۲۳ تحقیق، رابطه‌ای به شکل U وارونه بین تماشای تلویزیون و پیشرفت تحصیلی یافتند. پیشرفت تحصیلی در میان کودکانی که در هفته ۱۰ تا ۱۵ ساعت تلویزیون تماشا می‌کردند، در بالاترین حد خود بود (در مقایسه با

کودکانی که کمتر از ۱۰ ساعت تلویزیون تماشا می‌کردند) و سپس با افزایش ساعات تماشا، از ۲۰ تا ۴۰ ساعت در هفته، میزان پیشرفت به طور چشمگیری کاهش می‌یافت (کامستاک و پایک^{۱۷}، ۱۹۹۱).

فقدان شواهد کافی دربارهٔ پیامدهای مثبت یا منفی تماشای تلویزیون، تا حدی مانع از ایجاد چشم‌اندازهای روشن در این زمینه شده است. برای مثال، اگر پژوهشگری بخواهد کودکانی که وقتشان را صرف تماشای تلویزیون می‌کنند، با کودکانی که وقتشان را صرف بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای می‌کنند، مقایسه کند، نمی‌داند آیا این دو شکل فعالیت تفریحی با الگوهای مختلفی از فعالیت ذهنی و سطوح کارکرد شناختی همراه هستند یا نه؟

بدیهی است، شایع‌ترین باور در مورد تلویزیون این است که تماشای آن موجب افزایش خشونت و رفتارهای پرخاشگرانه در کودکان و نوجوانان می‌شود (وین، ۱۹۸۵). مقالات و کتاب‌های بسیاری در این زمینه نوشته شده است. در بیشتر این منابع تلویزیون عامل افزایش دهنده خشونت در کودکان و نوجوانان معرفی شده است. با این حال، تبیین دیگری در این زمینه وجود دارد که کودکان و نوجوانانی که پرخاشگری بیشتری دارند تمایل بیشتری به تماشای برنامه‌های پرخاشگرانه تلویزیون نشان می‌دهند. علی‌رغم شواهد ضعیف در مورد رابطه علی بین تماشای تلویزیون و پرخاشگری، هم مردم و هم صاحب‌نظران و سیاستمداران این نتیجه را پذیرفته‌اند که خشونت تلویزیونی اثرات منفی بر جوانان دارد (سینورلی^{۱۸}، ۱۹۹۱). در نتیجه، اخیراً قوانینی در آمریکا وضع شده است که به موجب آن شبکه‌های تلویزیون باید میزان خشونت برنامه‌های خود را محدود کنند و سازندگان تلویزیون نیز باید بازدارنده‌هایی (نظیر وی - چپ^{۱۹}) در دستگاه‌های جدید خود نصب کنند. قوانین مشابهی نیز در دیگر کشورها وضع شده است.

نسبت به تحقیقات انجام شده در مورد اثرات منفی تلویزیون بر رشد شناختی، پیشرفت تحصیلی و رفتارهای اجتماعی، مطالعات کمتری در مورد اثرات مثبت تلویزیون بر مواردی چون علائق، خلاقیت و تخیل صورت گرفته است (لئونارد^{۲۰}،

۱۹۹۹). هووارد گاردنر^{۲۱} (۱۹۹۳)، روان‌شناس مشهور دانشگاه هاروارد، از جمله پیشگامان ارائه این ایده است که برخی برنامه‌های تلویزیون خلاقیت و تخیل را در کودکان افزایش می‌دهد. با این حال، نتایج تحقیقات برای تأیید جنبه‌های مثبت تلویزیون چندان زیاد نیست (سیلز و همکاران، ۱۹۹۶).

نتایج پژوهش‌ها

مثبت‌ترین اثر را در مورد یادگیری از تلویزیون می‌توان در کلاس درس مشاهده کرد. نتایج حاصل از ۴۰ سال تحقیق نشان می‌دهد آن نوع برنامه‌های تلویزیونی که ساخت ساده‌ای دارند و از اهداف آموزشی استفاده کرده‌اند بر یادگیری اثرات مثبت‌تری داشته‌اند (ڈر، ۱۹۹۹؛ سیلز و همکاران، ۱۹۹۶). شواهد نیرومندی وجود دارد که استفاده از تلویزیون زمانی بیشترین اثربخشی را دارد که برنامه‌های آن به قصد آموزش طراحی شده باشند و معلمان در انتخاب، استفاده و پیوند دادن آن با برنامه درسی مشارکت کنند. در گذشته، بزرگ‌ترین مانع پیوند برنامه‌های تلویزیون با کلاس درس، محدودیت‌های زمانی شبکه‌ها و کانال‌های آموزشی بود اما دسترسی گسترده به نوارهای کاست ویدئویی^{۲۲} (VCRs) باعث شده است معلمان با توجه به انعطاف به وجود آمده، دیگر چنین مشکلی نداشته باشند (میلک^{۲۳}، ۱۹۹۰).

تلویزیون هر روز بیش از گذشته از طریق کابل یا انتقال دهنده‌های ماهواره‌ای وارد مدارس کشورهای مختلف می‌شود. اغلب، برنامه‌های دریافت شده از طریق دیش ماهواره یا کابل، ضبط می‌شود تا هر زمان که معلمان بخواهند مورد استفاده قرار دهند. انعطاف‌پذیری برنامه‌ها و سادگی دستیابی به تجهیزات مهم‌ترین عواملی هستند که سبب افزایش استفاده از تلویزیون در کلاس می‌شوند.

از تلویزیون آموزشی به سه شکل مهم استفاده شده است: ۱ - برنامه آموزشی عمومی که از طریق معلمان تلویزیونی ارائه می‌شود؛ ۲ - تلفیق آموزش معلم محور با برنامه تلویزیونی؛ ۳ - تکمیل آموزش معلم (استفاده از تلویزیون با هدف غنی‌سازی آموزش معلم یا ترمیم آن). کوبان (۱۹۸۱) گزارش می‌دهد برنامه‌های تلویزیون آموزشی

در کشورهای نظیر ال سالوادور ابتدا با استقبال بسیاری مواجه شد اما پس از آن که تازگی آن از بین رفت، هم معلمان و هم دانش‌آموزان به فعالیت‌های کلاسی مرسوم روی آوردند. برخی مطالعات نشان داده است دانش‌آموزان مدارس روستایی، که احتمال داشتن معلمان خوب برای آنان کمتر است، بیشتر از تلویزیون آموزشی سود می‌برند. با این حال، در کمتر کشوری تلویزیون جانشین کاملی برای معلم تلقی شده است. بلکه، اغلب از آن برای ترمیم و تکمیل آموزش‌های کلاسی استفاده می‌شود، نتایج مطالعات نیز بر م‌وثر بودن این روش تأکید دارد. دُر (۱۹۹۹) در این زمینه می‌گوید «تردید نیست که تلویزیون ابزار اثربخشی برای دستیابی به اهداف آموزش سنتی است» (ص ۱۳).

نیازهای آینده

متأسفانه، تحقیقات کمی در مورد این که برای افزایش پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان، معلمان چگونه باید از تلویزیون استفاده کنند، صورت گرفته است. می‌دانیم که انگیزش عامل مهمی در پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان است اما نمی‌دانیم معلمان چگونه می‌توانند به گونه‌ای اثربخش، دانش‌آموزان را برانگیزند تا به تلویزیون آموزشی توجه کنند. می‌دانیم که بازخورد پیام دریافت شده (یا نشده) از تلویزیون مهم است اما دستورالعمل و راهنمای روشنی نداریم که چگونه و چه زمان معلمان باید بازخورد ارائه دهند. معلمان نقش مهمی در فعالیت‌های کلاس دارند و تجربه نشان داده است مشکلات آنان در تهیه ویدئو، تجهیزات، هماهنگ کردن برنامه‌های تلویزیونی با برنامه‌های درسی و ایجاد رابطه بین برنامه‌های تلویزیونی باعث شده است تماشای تلویزیون در کلاس کمتر صورت گیرد.

یادگیری از رایانه

پایه‌های رفتاری و شناختی

رایانه شخصی رایج‌ترین نمونه فناوری تعاملی است که در «آموزش خصوصی» استفاده می‌شود. آموزش تعاملی از طریق رایانه شخصی با نام‌های اختصاری متعددی

چون آموزش از طریق رایانه^{۲۴} (CBI)، نظام‌های یادگیری یکپارچه^{۲۵} (ILS) و نظام‌های آموزشی هوشمند^{۲۶} (ITS) شناخته شده است. رایانه شخصی به مثابه یک آموزش دهنده خصوصی یا جایگزین، از دهه ۱۹۷۰ تا به حال موضوع تحقیقات و ارزشیابی‌های بسیاری بوده است. اولین شکل آموزش از طریق رایانه متأثر از روان‌شناسی رفتاری بی اف اسکینر^{۲۷} (۱۹۶۸) است. این برنامه‌ها، اشکالی از آموزش برنامه‌ای هستند. در آموزش برنامه‌ای، اطلاعاتی در قالب‌های کوچک به دانش‌آموز ارائه می‌شود و او پاسخ‌های آشکار خود را می‌دهد و بازخوردهایی دریافت می‌کند. گرچه این مدل رفتاری، پایه روش‌های آموزشی مختلفی قرار گرفته است، نظام‌های یادگیری همچون محیط‌های یادگیری سازنده‌گرا حاصل پیشرفت در روان‌شناسی شناختی بوده است.

در نظام آموزش بر پایه رایانه، بسیاری از وظایف و اجزای نظام آموزشی در قالب سیستم رایانه‌ای عرضه می‌شود. به عبارت دیگر، ارتباط مستقیم عوامل زنده افزاری (برای مثال، معلم) در این نوع آموزش کاهش می‌یابد و بدیهی است که به همان میزان بر تعامل و پیچیدگی ارتباط این عوامل (به ویژه عوامل تولید محتوا و درس‌افزار) با سیستم رایانه‌ای افزوده می‌شود.

نکته اساسی در رویکرد آموزشی به سیستم رایانه‌ای نوع نگرش به موضوع آموزش است. به عبارت دیگر، تنها بهره‌گیری از ابزار و نظام رایانه‌ای آن را به یک نظام آموزش به کمک رایانه تبدیل نمی‌کند، بلکه شیوه‌های آموزشی، نحوه ارائه محتوا، چگونگی ارزشیابی فراگیر و ارزیابی عملکرد نظام آموزشی و اساساً نوع نگرش در طراحی نظام آموزشی، متفاوت با نظام آموزشی سنتی است. نقطه مشترک نظام‌های آموزش مبتنی بر رایانه در تعریف عناصر اصلی نظام آموزشی یعنی نظام یاددهی^{۲۸} و نظام یادگیری^{۲۹} نهفته است. در این نگرش یادگیری یک قابلیت و یاددهی یک مهارت تلقی می‌شود. از این رو نظام یاددهی باید به دنبال تطبیق خود با نظام یادگیری باشد. البته این بدان معنا نیست که قابلیت فراگیران ثابت و غیر قابل تغییر فرض می‌شود. تفاوت در شیوه‌های یادگیری و قابلیت کسب مهارت در فراگیران امری بدیهی است.

یافته‌های حاصل از تأثیر آموزش از طریق رایانه (CBI) را می‌توان به صورت زیر خلاصه کرد:

- رایانه در آموزش خصوصی اثرات مثبتی بر یادگیری دانش‌آموزان داشته، برای آنان جالب‌تر بوده و بیشتر از دیگر فناوری‌ها مورد پذیرش معلمان، دانش‌آموزان، مدیران، والدین، سیاستمداران و عموم مردم قرار گرفته است.
- در مقایسه با دیگر روش‌های آموزش سنتی، با CBI دانش‌آموزان می‌توانند یک مجموعه خاص از اهداف آموزشی را در مدت زمان کمتری دنبال کنند.
- مطالعات ارزشیابی، نشان داده است نظام‌های یادگیری تلفیقی (ILS) از CBI اثربخش‌تر است.

به طور کلی، تفاوت‌هایی که بین رسانه‌ها و فناوری در آموزش‌های خصوصی از یک سو و معلمان از سوی دیگر وجود دارد اندک و ناپایدار (متناقض) به نظر می‌رسد. می‌توان گفت رسانه‌ها و فناوری با توانایی در برانگیختن دانش‌آموزان، افزایش عدالت و تساوی در دسترسی‌پذیری و کاهش زمان مورد نیاز برای دستیابی به اهداف، ارزش بسیاری یافته‌اند.

معنای رسانه‌ها و فناوری به مثابه ابزارهای شناختی

ابزارهای شناختی^{۳۰} از هزاران سال پیش وجود داشته‌اند. در یک معنای گسترده، ابزارهای شناختی اشاره به فناوری‌هایی، محسوس یا غیر محسوس، دارند که قدرت شناختی انسان را در طی تفکر، حل مسئله و یادگیری افزایش می‌دهند. در این معنا هر چیزی را، خواه به دشواری فرمول‌های ریاضی و خواه به سادگی یک فهرست خواربار، می‌توان ابزار شناختی دانست. امروزه نرم‌افزارهای رایانه‌ای نمونه‌هایی از ابزارهای شناختی قدرتمند هستند (جانسون، ۱۹۹۷). همچنین به ابزارهای شناختی، «فناوری‌های شناختی»، «فناوری‌های ذهن» و «ابزارهای ذهن» نیز گفته می‌شود. با گسترش استفاده از رایانه در آموزش، محققان شروع به مطالعه اثرات نرم‌افزارها به مثابه ابزارهای شناختی در مدارس کردند (جانسون و ریورز، ۱۹۹۶).

رایانه‌ها به مثابه ابزارهای شناختی، نشان دهنده رویکرد کاملاً متفاوتی از رسانه‌ها و فناوری به عنوان وسایلی برای ارتباطات آموزشی هستند. ابزارهای شناختی به گونه‌ای طراحی شده‌اند که همچون یک فرد مقابل (Partner) هوشمند عمل کنند و تفکر انتقادی و یادگیری سطح بالاتر را امکان‌پذیر و تسهیل کنند. نمونه‌هایی از ابزارهای شناختی عبارتند از: پایگاه داده‌ها^{۳۱}، صفحه گسترده‌ها^{۳۲}، شبکه‌های معنایی^{۳۳}، سیستم‌های تخصصی^{۳۴}، نرم‌افزارهای ارتباطی نظیر برنامه‌های تله کنفرانس، محیط‌های سازه‌ای گروهی متصل^{۳۵}، نرم‌افزارهای چند رسانه‌ای^{۳۶}، ابر رسانه‌ها^{۳۷} و زبان‌های برنامه‌ریزی رایانه‌ای.

نظریه یادگیری سازنده‌گرا

در سال‌های اخیر، نظریه یادگیری از آنچه می‌توان آن را «تغییر پارادایمی» نام نهاد گذر کرده است. نظریه سازنده‌گرایی^{۳۸} یادگیری به تدریج همان احترام و توجهی را کسب می‌کند که نظریه رفتاری یادگیری سال‌ها داشته است (دوفی و جانسون، ۱۹۹۹). سازنده‌گرایی، بر فرایندهای چگونگی تولید معنا و دانش توسط دانش‌آموزان دنیا و نیز نتایج فرایندهای سازندگی تأکید دارد. این که دانش‌آموزان چگونه دانش را می‌سازند، بستگی دارد به: آنچه از قبل می‌دانند؛ تجربه‌هایی که در گذشته به دست آورده‌اند؛ چگونگی سازمان دادن تجربه‌ها با ساختارهای دانش، نظیر طرحواره‌ها و مدل‌های ذهنی و باورهایی که از آنها برای تفسیر موضوعات و وقایعی که با آن مواجه می‌شوند استفاده می‌کنند. ابزارهای شناختی به یادگیرندگان کمک می‌کند آنچه را می‌دانند سازماندهی، بازسازی و از نو ارائه کنند.

طبق نظریه سازنده‌گرایی، معلم نمی‌تواند تفاسیر خود را از دنیا به فراگیران القا کند، زیرا آنان مجموعه تجارب و تفاسیر مشترکی ندارند. «واقعیت» در دنیای خارجی وجود ندارد، بلکه هر فراگیری، دنیای بیرون را طبق تجارب، باورها و دانش خود تفسیر می‌کند. فراگیران می‌توانند انواع تفاسیر را بفهمند و از آنها برای تفسیر خاص خود از دنیا استفاده کنند.

در حالی که آموزش دهندگان بر انتقال تفاسیر استاندارد شده از دنیا از طریق معلمان و رسانه‌های آموزشی و فناوری مورد استفاده و نیز ارزشیابی‌های استاندارد تأکید دارند، سازنده‌گراها به دنبال خلق محیط‌های یادگیری هستند که در آن فراگیران از ابزارهای شناختی، برای کمک به سازه آنها و از بازنمایی دانش خود استفاده می‌کنند. ابزارهای شناختی، اهداف، تکالیف، معلمان و مربیان، منابع و ... همگی تلاش می‌کنند فراگیران اندیشه و تفسیری فعال، زنده و هدفمند داشته باشند.

در رویکرد ابزارهای شناختی، رسانه‌ها و فناوری به طور مستقیم به یادگیرندگان ارائه می‌شوند تا برای ارائه و بیان آنچه می‌دانند استفاده شوند. خود فراگیران به مثابه طراحان^{۳۹}، از رسانه‌ها و فناوری به عنوان ابزاری برای تحلیل دنیا؛ دستیابی به اطلاعات و تفسیر آنها؛ سازمان دادن دانش شخصی؛ و ارائه دانسته‌ها به دیگران استفاده می‌کنند. مفروضه‌های استفاده از نرم‌افزارها به مثابه ابزارهای شناختی در آموزش عبارتند از:

- ابزارهای شناختی زمانی بیشترین اثربخشی را دارند که در محیط‌های یادگیری سازنده مورد استفاده قرار گیرند.

- ابزارهای شناختی به فراگیران امکان می‌دهند به جای آن که مجذوب برنامه‌های از پیش طراحی شده دیگران شوند، خود، برنامه ارائه دانش را طراحی کنند.
- از ابزارهای شناختی می‌توان برای تقویت تفکر تأملی که برای یادگیری معنادار ضروری است استفاده کرد.

- یکی از جنبه‌های مثبت ابزارهای شناختی این است که فناوری آنها به صورت یک فرد مقابل (پارتنر) هوشمند عمل می‌کند.
- ابزارهای شناختی به جای تأکید بر یادگیری‌های بدون تلاش و طوطی‌وار وعده داده شده توسط برخی دیگر از ابداعات آموزشی، بر یادگیری بینش مدار و چالش برانگیز تأکید دارند.

- منبع تکالیف یا مشکلاتی که در ابزارهای شناختی قابل استفاده است باید فراگیر باشد و معلم یا دیگر منابع محیط یادگیری راهنمای آن باشند.
- مطلوب آن است که تکالیف یا مشکلات ابزارهای شناختی در زمینه‌های واقعی زندگی قرار گیرد و نتایج آن برای فراگیران معنای شخصی داشته باشد.

• استفاده از برنامه‌های چند رسانه‌ای به مثابه ابزارهای شناختی مهارت‌های بسیاری در فراگیران ایجاد می‌کند از قبیل مهارت‌های مدیریت پروژه، مهارت‌های تحقیقی، مهارت‌های سازمان دادن مطالب و ارائه آنها و مهارت‌های تفکر.

محیط‌های یادگیری سازنده‌گرا

ویلسون^{۲۱} (۱۹۹۶) محیط یادگیری سازنده‌گرا را به صورت زیر تعریف کرده است. «مکانی است که فراگیران می‌توانند با یکدیگر کار کنند و همان‌گونه که از انواع ابزارها و منابع اطلاعاتی برای دستیابی به اهداف یادگیری و فعالیت‌های حل مسئله استفاده می‌کنند، یکدیگر را تایید کنند» (ص ۵).
در جدول ۱ مفروضات قدیم و جدید در مورد یادگیری ارائه شده است.

**جدول ۱- مفروضات قدیم و جدید در مورد یادگیری
(گراینگر، ۱۹۹۶، ص ۶۶۷).**

مفروضات جدید	مفروضات قدیم
۱- افراد به دشواری یادگیری را انتقال می‌دهند. برای انتقال یادگیری هم به محتوا و هم به زمینه نیاز است.	۱- افراد به آسانی یادگیری را انتقال می‌دهند. برای انتقال یادگیری نیازی به زمینه نیست.
۲- فراگیران سازندگان فعال دانش هستند.	۲- فراگیران دریافت‌کنندگان دانش هستند.
۳- یادگیری جنبه شناختی دارد.	۳- یادگیری جنبه رفتاری دارد و مشتمل بر تقویت رابطه محرک و پاسخ است.
۴- فراگیران برای یادگیری موقعیت‌ها از نیازها و تجربه‌های خود استفاده می‌کنند.	۴- فراگیران لوح سفیدی هستند که آماده کسب دانش‌اند.
۵- مهارت‌ها و دانش در زمینه‌های واقعی بهتر کسب می‌شوند.	۵- مهارت‌ها و دانش، مستقل از زمینه، بهتر کسب می‌شوند.
۶- ارزشیابی باید شکل واقعی‌تر و کلی‌تری به خود گیرد.	۶- ارزشیابی باید به صورت جزئی و ریز صورت گیرد.

از دیدگاه دانشمندان شناختی، نظریه پردازان یادگیری، طراحان آموزشی و معلمان در خلق محیط‌های یادگیری سازنده‌گرا نقش دارند. یادگیری عبارت است از رشد ذهنی و توانایی‌های فرد در تمام ابعاد، از جمله دانش مفهومی، مهارت‌های فنی، قواعد خودکار، مدل‌های ذهنی و حل مسئله. اشکال پیامدهای سطح بالاتر، نظیر انگیزش، کنجکاوی ذهنی و عادات یادگیری بلندمدت نیز به‌ویژه مطرح هستند، زیرا چالش برانگیزترین نوع یادگیری برای آموزش و یادگیری‌اند. طبق نظر هانین^{۴۱} (۱۹۹۶) برای رسیدن به اهداف غایی یادگیری، تهیه‌کنندگان محیط‌های یادگیری سازنده‌گرا هفت هدف دارند:

- ۱ - کمک به دانش‌آموزان برای تجربه فرایندهای سازنده دانش
 - ۲ - کمک به دانش‌آموزان برای تجربه ادراک یک مسئله از منظرهای مختلف
 - ۳ - جای گرفتن یادگیری در زمینه‌های واقعی و مرتبط
 - ۴ - تشویق مالکیت در فرایندهای یادگیری
 - ۵ - جای گرفتن یادگیری در تجربه اجتماعی
 - ۶ - تشویق استفاده از شیوه‌های چندگانه ارائه مطالب
 - ۷ - تشویق خودآگاهی از فرایندهای سازنده دانش
- تحقیق در مورد اثربخشی محیط‌های سازنده‌گرا، نظیر میکرو ورلد ها^{۴۲}، محیط‌های مجازی و مشارکتی حاکی از اثرات مثبت بوده است.

آینده رسانه‌ها و فناوری در مدارس

آنچه می‌دانیم

به طور کلی، نیم قرن تحقیقات آموزشی نشان داده است که رسانه‌ها و فناوری به مثابه پدیده‌های اثربخشی برای یادگیری «با» رسانه‌ها و «از» رسانه‌ها در مدارس بوده‌اند. از نظر تاریخی، یادگیری از رسانه‌ها یا رویکردهای خودآموز بیشترین توجه و سرمایه‌گذاری را به خود جلب کرده است اما یادگیری با رسانه‌ها یا ابزارهای شناختی امروزه بیشتر مورد توجه قرار گرفته است.

یافته‌های اولیه نشان می‌دهد در بلندمدت رویکردهای سازنده‌گرا برای استفاده از رسانه‌ها و فناوری بیشتر از مدل‌های آموزش‌گرا موجب تقویت آموزش و یادگیری می‌شود. به سخن دیگر، قدرت واقعی رسانه‌ها و فناوری برای بهبود آموزش تنها در صورتی فهمیده خواهد شد که دانش‌آموزان از آنها به مثابه ابزارهای شناختی فعالانه استفاده کنند، نه این که هر یک را به عنوان خودآموزها یا خزانه‌ای از اطلاعات به آسانی دریافت کنند.

در حال حاضر، شواهد تجربی کمی وجود دارد که نشان می‌دهد رسانه‌ها و فناوری از دیگر روش‌های آموزشی اثربخش‌تر هستند. این مسئله به آن دلیل است که بیشتر تحقیقات، تفکیک درستی بین رسانه‌ها و روش‌ها قائل نشده‌اند. نیم قرن پیش کلارک^{۴۳} (۱۹۸۳، ۴۴۵)، استاد فناوری آموزشی دانشگاه کالیفرنیا، بحثی را در مورد تأثیر رسانه‌ها بر یادگیری با این گفته جدال برانگیز که «رسانه‌ها در هیچ شرایطی بر یادگیری تأثیر ندارند» آغاز کرد. او گفت رسانه‌ها و فناوری فقط وسایلی هستند که روش‌های آموزشی را ارائه می‌دهند. این روش‌های آموزشی، تکالیف آموزشی و فعالیت‌های دانش‌آموز است که یادگیری را تبیین می‌کند. کلارک اعتقاد داشت اهمیت رسانه‌ها و فناوری به مثابه ابزاری برای پیشرفت دانش‌آموزان، بیش از اهمیت یک کامیون برای حمل مواد غذایی نیست. او نتیجه‌گیری می‌کند از رسانه‌ها و فناوری می‌توان برای کارآمدتر کردن یادگیری (کمک به دانش‌آموزان برای یادگیری سریع‌تر)، اقتصادی‌تر کردن (صرفه‌جویی در هزینه‌ها) و عادلانه‌تر کردن (افزایش دسترسی به آن با توجه به نیازهای دانش‌آموزان) استفاده کرد.

رابرت کوزما^{۴۴} (۱۹۹۹، ۱۶) در مناظره با کلارک می‌گوید جداسازی وی «یک شکاف غیر ضروری و نامطلوب بین رسانه‌ها و روش‌ها» ایجاد می‌کند. او توصیه می‌کند از سوال در این مورد که کدام رسانه‌ها و کدام فناوری بر یادگیری اثر می‌گذارند دوری کنیم و در عوض به این سوال توجه کنیم که از چه راه‌هایی می‌توانیم از ظرفیت‌های رسانه‌ها و فناوری استفاده کنیم تا بر یادگیری دانش‌آموزان اثر بگذاریم.

هم کلازک و هم کوزما ایده‌های مهمی را مطرح می‌کنند. شواهدی وجود دارد که روش‌های آموزشی که دانش‌آموزان تجربه می‌کنند و تکالیفی که انجام می‌دهند در یادگیری اهمیت دارند. جستجو برای اثرات فوق‌العاده یادگیری از رسانه‌ها و فناوری‌های خاص در نهایت بی‌فایده است، زیرا پنجاه سال مطالعه در مورد مقایسه رسانه‌ها و فناوری هیچ‌گونه تفاوت بارزی را در موارد غالباً مهم نشان نداده است. هر تفاوتی را که یافته شده است می‌توان معمولاً با تفاوت در طرح آموزشی، اثرات تازگی یا دیگر عوامل تبیین کرد (کلازک، ۱۹۸۳).

با این حال، گرچه رسانه‌ها و فناوری ممکن است فاقد اثرات آموزشی بی‌نظیری باشند، برخی اهداف آموزشی با رسانه‌ها و فناوری آسان‌تر از دیگر روش‌ها قابل دستیابی هستند (کوزما، ۱۹۹۹). برای مثال، برخی سیستم‌های نمادی را می‌توان فقط با فناوری‌های خاص تجربه کرد. برای نمونه، حرکت آهسته^۵، رسانه‌ای است که با فیلم و ویدئو می‌توان نشان داد. یک معلم ممکن است ساعت‌ها چگونگی تولید عسل توسط زنبوران را توضیح دهد در حالی که یک فیلم ویدئویی با حرکت آهسته ظرف چند دقیقه می‌تواند این مراحل را آموزش دهد.

رسانه‌ها و فناوری مزایای بسیار دیگری چون تکرارپذیری، انتقال پذیری، و افزایش عدالت در دسترسی پذیری، دارند. علاوه بر این، گرچه شواهد پژوهشی کم است هزینه - اثربخشی، هزینه - سود و سرمایه‌گذاری - بازگشت سرمایه از طریق رسانه‌ها و فناوری در اغلب موارد به ویژه در کشورهای در حال توسعه فواید زیادی دارد (ریوس، هارمون و جانز^۶، ۱۹۹۳).

اهمیت طراحی و اجرای رسانه‌ها و فناوری در آموزش

رسانه‌ها و فناوری را می‌توان با توجه به استعدادها، منابع و فرصت زمانی برای تلاش بیشتر، خوب یا بد طراحی کرد. اصول علمی بسیاری برای طراحی وجود دارد. اما هر طرح آموزشی نیازمند مقدار زیادی خلاقیت و کار طاقت‌فرسا است. هیچ فرمول جامع و مانعی برای طرح آموزشی وجود ندارد.

طراحی رسانه‌ها و فناوری برای آموزش، در همان حال که یک فعالیت علمی است، دارای جنبه‌های هنری بسیار نیز هست. ارزشیابی، نقش بسیار مهمی در فرایند طرح آموزش دارد. اما اغلب به آن کم بها داده می‌شود (ریوز، ۱۹۹۷). اجرای طرح آموزشی به صورت محلی به اندازه خود طرح اهمیت دارد.

برخی فناوریهای آموزشی توصیه می‌کنند ابداعات رسانه‌ای و فناوریانه باید ابتدا به «تأیید معلم» برسد تا از صحت آن در اجرا، اطمینان حاصل شود، توانمند کردن معلم اثرات رسانه‌ها و فناوری را بر دانش‌آموزان بیشتر می‌کند.

تولی و همکاران (۱۹۹۷) با یک مطالعه ده ساله دریافتند دانش‌آموزان مدارس که از رسانه‌ها و فناوری استفاده می‌کنند دارای ویژگی‌های زیر هستند:

- اطلاعات را به صورت پویا و به اشکال مختلف ارائه و تشریح می‌کنند.
- از نظر اجتماعی آگاه‌تر هستند و اعتماد به نفس بیشتری دارند.
- از فناوری به طور مرتب و مناسب استفاده می‌کنند.
- فراگیران مستقلى هستند.
- حوزه تخصصی خود را می‌دانند و به راحتی آن را در اختیار دیگران قرار می‌دهند.

• در فعالیت‌های گروهی به خوبی همکاری می‌کنند.

• نسبت به آینده خوشبین هستند (ص ۳۷).

وی برگ^{۴۷} (۲۰۰۲) در تحقیقی اثرات استفاده از فناوری‌های نوین را بر یادگیری

دانش‌آموزان مورد بررسی قرار داد. نتایج تحقیق او حاکی از اثرات زیر بود:

• **رشد مهارت‌های مختلف فکری.** فناوری‌های جدید از قدرت برانگیختن رشد

مهارت‌های فکری چون استدلال و توانایی حل مسئله فنون یادگیری و خلاقیت

برخوردارند.

• **افزایش علاقه در دانش‌آموزان.** اغلب دانش‌آموزان به آن دسته از فعالیت‌های

آموزشی که در آنها از فناوری‌های جدید استفاده می‌شود بیشتر از روش‌های سنتی

کلاس علاقه دارند.

- **افزایش دامنه توجه.** فراخنای توجه یا تمرکز که اغلب دانش‌آموزان مایلند صرف فعالیت‌های یادگیری کنند و در محیط‌هایی که در آنها از فناوری‌های نو استفاده می‌شود، بیشتر از محیط‌هایی است که از روش‌های سنتی استفاده می‌کنند.
- **ایجاد روحیه پژوهش.** فناوری‌های جدید از قدرت ایجاد انگیزش برای پژوهش، به منظور کسب اطلاعات وسیع در زمینه هر موضوع؛ یافتن راه حلی قانع‌کننده‌تر برای هر مسئله و دستیابی به روابط گسترده‌تر میان داده‌ها و اطلاعات گوناگون، برخوردار هستند.
- **همکاری گسترده‌تر دانش‌آموزان.** کاربرد فناوری‌های جدید، همیاری و همکاری میان دانش‌آموزان را در یک کلاس، کلاس‌های متفاوت و یا مدارس متفاوت (چه دور و چه نزدیک) گسترده‌تر و بیشتر می‌کند.
- **یادگیری منسجم‌تر و واقعی‌تر.** فناوری‌های جدید با قابلیت بالقوه شبیه‌سازی، دستکاری مجازی، تلفیق سریع داده‌های متنوع، تصاویر گرافیک و کارکردهای دیگر در پیوند دادن دانش با جنبه‌های گوناگون شخصیت نقش مهمی دارند و موجب می‌شوند مطالب متعدد به طور کامل جذب شوند.
- **تشخیص مشکلات موردی.** با فراهم آوردن امکانات مرور سریع روش‌های یادگیری مورد استفاده دانش‌آموزان، فناوری‌های جدید تشخیص نقاط قوت و ضعف دانش‌آموزان را برای معلم تسهیل می‌کنند و به او امکان می‌دهند مشکلات موردی هر یک از دانش‌آموزان و یادگیری‌های نادرست یا ضعف آنان را در گذشته شناسایی کند و در صدد اصلاح آنها بر آید، همچنین فناوری‌های جدید ارتباط مثبت میان دانش‌آموزان و ارزیابی یادگیری‌های آنان را تقویت می‌کنند.
- در تحلیل نهایی، با توجه به ماهیت پیچیده و اسرارآمیز یادگیری انسان باید گفت ممکن است رویکرد یا روش قابل تعمیمی برای استفاده از رسانه‌ها و فناوری در مدارس وجود نداشته باشد. بهترین راه این است که ما به کاربرد خلاقانه و عمل آگاهانه خود امید داشته باشیم.

References:

- 1 – Clark, R.E. (1983). Reconsidering research on learning with media. **Review of Educational Research**, 53 (4), 445 – 459.
- 2 – Coley, R.J., Cradler, J., & Engel, P.K. (1997). **Computers and classrooms**. NJ: Educational Testing Service.
- 3 – Comstock, G., & Paik, H. (1991). **Television and the American child**. San Diego, CA: Academic Press.
- 4 – Cuban, L. (1986). **Teachers and machines: The classroom use of technology since 1920**. New York: Teachers College Press.
- 5 – Dorr, A. (1999). **Television**. In M. C. Alkin (Ed.), **Encyclopedia of educational research** (6th Ed.) (pp. 1397 – 1400). New York: Macmillan.
- 6 – Duffy, T.M., & Jonassen, D.H. (Eds.). (1999). **Constructivism and the technology of instruction: A conversation**. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- 7 – Grabinger, R.S. (1996). **Rich environments for active learning**. New York: Macmillan.
- 8 – Honebein, P.C. (1996). Seven goals for the design of constructivist learning environments. In B. Wilson (Ed.), **Constructivist learning environments** (pp.11–24). Englewood Cliffs, NJ: Educational Technology.
- 9 – Johnson, J.I. (1997). **Electronic learning: From audiotape to videodisc**. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- 10 – Jonassen, D.H., & Reeves, T.C. (1996). **Learning with technology**. New York: Macmillan.
- 11 – Kozma, R.B. (1994). **Will media influence learning? Reframing the debate**. **Educational Technology Research and Development**, 42 (2), 179 – 212.
- 12 – Krendl. K.A., Ware, W.H., Reid, K.A., & Warren, R. (1996). **Learning by any other name: Communication research traditions in learning and media**. New York: Macmillan.
- 13 – Leonard, J. (1999). **Smoke and mirrors: Violence, television, and other American cultures**. New York: Press.

- 14 – Mielke, K.W. (1990). Research and development at the children's television workshop. **Educational Technology Research and Development**, 38 (4), 7 – 16.
- 15 – Moore, D.M., Burton, J.K., & Myers, R.J. (1996). **Multiple-channel communication**: New York: Macmillan.
- 16 – Neuman, S.B. (1997). **Literacy in the television age: The myth of the TV effect**. (2nd ed.). Norwood, NJ: Ablex.
- 17 – Postman, N. (1995). **The end of education: Redefining the value of school**. New York: Alfred A. Knopf.
- 18 – Reeves, T.C., Harmon, S.W., & Jones, M.G. (1993). Computer – based instruction in developing countries: A feasibility assessment model. **Educational Technology**, 33(9), 58 – 64.
- 19 – Salomon, F. (1992). **New information technologies in education**. New York: Macmillan.
- 20 – Seels, B., Berry, L.H., Fullerton, K., & Horn, L.J. (1996). **Research on learning from television**. New York: Macmillan.
- 21 – Signorielli, N. (1991). **A sourcebook on children and television**. Westport, CT: Greenwood Press.
- 22 – Wiburg, K. (2002). Integrated learning systems: What does the research say? **The Computing Teacher**, 22(5), 7 – 10.
- 23 – Wilson, B.G (Ed.). (1996). **Constructivist learning environments**: Englewood Cliffs, NJ: Educational Technology.
- 24 – Winn, M. (1985). **The plug-in drug / Television, children, and the family**. New York: Viking Press.

پی‌نوشت‌ها

- 1 - Salomon
- 2 - Tutor
- 3 - educational communications
- 4 - Krendi
- 5 - Ware
- 6 - Reid and Warren
- 7 - Cuban
- 8 - Iowa
- 9 - Postman
- 10 - Winn
- 11 - Sells
- 12 - Berry
- 13 - Fullerton
- 14 - Horn
- 15 - Dorr
- 16 - Newman
- 17 - Comstock & Paik
- 18 - Signorielli
- 19 - V-Chip
- 20 - Leonard
- 21 - Howard Gardner
- 22 - Video-cassette recorders
- 23 - Mielke

- 24 - Computer-based instruction
- 25 - Integrated learning systems
- 26 - Intelligent tutoring systems
- 27 - Skinner
- 28 - Training system
- 29 - Learning system
- 30 - Cognitive tools
- 31 - Databases
- 32 - Spreadsheets
- 33 - Semantic networks
- 34 - Expert systems
- 35 - On-line collaborative construction environments
- 36 - Multimedia
- 37 - Hypermedia
- 38 - Constructivist
- 39 - Designer
- 40 - Wilson
- 41 - Honebein
- 42 - Microworlds
- 43 - Clark
- 44 - Kozma
- 45 - Slow motion
- 46 - Reevese, Harmon & Jones
- 47 - Wiburg

رسانه‌ها و پاسخگویی نهادهای

حکومتي

دکتر مهدی رهبری*

چکیده

یکی از ویژگی‌های نظام‌های سیاسی مردم‌سالار، توانایی پاسخگویی آنها در قبال عملکرد خود است. البته در این خصوص نمی‌توان انتظار داشت که حکومتی خود به تنهایی پاسخگویی عمل خود باشد بلکه چنین فرایندی از سازوکارهای اساسی برخوردار است که از آن می‌توان به عنوان نهادهای جامعه مدنی یاد کرد. یک نظام سیاسی از سه جزء اصلی تشکیل می‌شود: مردم، جامعه مدنی و حکومت. جامعه مدنی شامل گروه‌ها و رسانه‌هاست که واسطه و میانجی خواسته‌های مردم و حکومتند. رسانه‌ها به عنوان یکی از اجزای قدرتمند جامعه مدنی و تاثیرگذار بر افکار عمومی نقش‌های سیاسی و غیرسیاسی مهمی برعهده دارند که یکی از عمده‌ترین آنها واداشتن حکومت به پاسخگویی است. این که از رسانه‌ها به عنوان رکن چهارم مردم‌سالاری نام برده می‌شود بدان خاطر است که در کنار ارکان سه گانه دیگر یعنی افکار عمومی، فعالیت گروه‌ها و انتخابات سهم عمده‌ای در مردمی ساختن حکومت‌ها و ممانعت از فاصله میان جامعه و حکومت دارند. حکومت با سه قوه قانون‌گذاری، اجرایی و قضایی همراه با سازمان‌ها و ارگان‌های مختلف

* دکترای علوم سیاسی و استادیار دانشگاه

دیگر به دلیل تمرکز قدرت و ثروت با آسیب‌پذیری و چالش‌های عمده‌ای مواجه است و از این رو در صورت فقدان کنترل و نظارت نهادمند، راه خطا خواهد پیمود. از این رو تلاش‌های گسترده‌ای در حوزه‌های ذهنی و عینی به عمل می‌آید تا زمینه پاسخگویی هر چه بیشتر حکومت‌ها در قبال جامعه فراهم آورده شود در این نوشتار سعی شده است کارکرد رسانه‌ها در سه حوزه هدایت و آموزش افکار عمومی، تجمیع خواسته‌ها و نظارت بر عملکرد حکومت مورد بررسی قرار گیرد.

مقدمه

ارتباطات در معنای ساده خود، انتقال اطلاعات، اندیشه‌ها و نگرش‌ها از شخصی به شخص دیگر است. ارتباطات با تلاش برای از میان برداشتن موانع تعامل انسان‌ها، به وسیله‌ای برای درک متقابل آنان تبدیل می‌شود. ارتباطات مبتنی بر روابط است اما خود، چیزی بیش از روابط محسوب می‌شود. ارتباطات، سازوکاری است که از طریق آن روابط انسانی تحقق می‌یابد (Stan, 1980: 57-59).

از سوی دیگر اگر عناصر اصلی پدیده ارتباطات را شامل فرستنده و گیرنده پیام بدانیم و ارتباطات را به مثابه تعاملی از طریق ارسال پیام تلقی کنیم می‌توانیم جایگاهی مشخص برای رسانه‌ها نیز بیابیم (Mcquill and Windahl, 1990: 3).

رسانه‌ها، حامل‌هایی برای پیام محسوب می‌شوند. رسانه‌های جمعی نیز شامل وسایل عمومی ارتباطی هستند که پیام‌های دیداری، شنیداری و نوشتاری و یا هر سه را به طور مستقیم به گیرندگان پیام یعنی مخاطبان ارسال می‌کنند (محسنیان‌راد، ۱۳۶۹: ۵۷). از این رهگذر، برخی همچون «ویپ» دو مشخصه عمده را برای رسانه‌ها ذکر می‌کنند: نخست آن‌که محصول آن‌ها به مفهومی فیزیکی، به راحتی در اختیار جامعه قرار می‌گیرد، آن‌هم جامعه‌ای که مردم زیادی را در همه زیر گروه‌های عمده در بردارد و دوم آن‌که هزینه رسانه‌ها بسیار کم است تا جایی که دسترسی به آن‌ها برای مردم امکان‌پذیر است (Kumar, 2001: 35-68). از سوی دیگر «لاسول» نیز سه کارکرد عمده را برای رسانه برمی‌شمرد: نخست نظارت بر محیط به معنی گردآوری و توزیع

اطلاعات مربوط به رویدادهای محیطی در درون و بیرون یک جامعه؛ دوم همبستگی جامعه در واکنش نسبت به محیط که شامل دو عنصر تفسیر و توصیه است یعنی تفسیر اطلاعات مربوط به محیط و توصیه در مورد نحوه واکنش و سوم انتقال میراث اجتماعی از نسلی به نسل دیگر، که شامل انتقال اطلاعات، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی می‌شود (Ibid). آنچه را بیان شد می‌توان در سه مقوله هدایت اطلاعات، تبلیغ و آموزش خلاصه کرد.

رسانه‌ها در ارتباط با موضوعی بسیار مهم یعنی افکار عمومی قرار دارند. اگر چه در طول چند سده‌ای که از پیدایش رسانه‌های مکتوب و چند دهه‌ای که از پیدایش رسانه‌های الکترونیکی می‌گذرد، نظریات گوناگونی در خصوص تأثیرات آنها از سوی اندیشمندان حوزه‌های ارتباطات، جامعه‌شناسی و فرهنگ ارائه شده است و برخی چون «لرز»، «مکلوهان» و «تونیس» با نگاهی خوش‌بینانه، رسانه‌ها را حامل پیامی برای جلورفت خاندان بشری تلقی می‌کنند و آنها را گامی مهم در توسعه جوامع بشری می‌دانند و برخی دیگر همچون «دارندروف»، «لوکاج»، «آدورنو»، «هورکهایمر» و «مارکوزه» با نگاهی بدبینانه از مفاهیمی همچون سلطه، انسان‌تک‌ساحتی و فرهنگ بسته‌بندی شده یاد می‌کنند (بشیریه، ۱۳۷۹: ۲۹-۲۱)، در ارتباط میان رسانه‌ها با افکار عمومی و شکل‌گیری آن شکی وجود ندارد.

اگر افکار عمومی را دیدگاه مردم درباره موضوعاتی بدانیم که مورد توجه یا علاقه عموم است باید بگوییم شکل‌گیری آن به مؤلفه‌های چندگانه وابسته است. عوامل محیطی همچون خانواده، دوستان و همسایگان، محیط کار، اماکن مذهبی و مدرسه دارای تأثیرات قابل توجهی بر افکار عمومی هستند. گروه‌های فشار با علائق مختلف سیاسی، اقتصادی و مذهبی نیز در شکل‌گیری افکار عمومی اهمیت دارند. نخبگان و رهبران فکری هم می‌توانند با تأثیرگذاری بر افکار عمومی از راه تبدیل موضوعات ناآشنا یا پنهان به موضوعاتی ملی، به سازماندهی یا بازسازماندهی افکار عمومی بپردازند. دولت‌ها نیز از عوامل تأثیرگذار بر شکل‌گیری افکار عمومی محسوب می‌شوند. در کنار عوامل یاد شده، رسانه‌های جمعی از تأثیر بی‌بدیلی در شکل‌گیری

افکار عمومی برخوردارند. در اوایل سده بیستم میلادی با دگرگونی دستگاه‌های رسانه‌ای و با پیدایش رادیو و تلویزیون، تحولی اساسی به وقوع پیوست. رسانه‌ها با قدرتی دو چندان پا به عرصه نقش‌آفرینی نهادند و به دنبال آن تحولات ماهواره‌ای و اینترنتی، مرزهای ملی را تا مرز بی‌مفهومی و بی‌معنایی کشاند. (Mowlana, 1988: 22-38).

رسانه‌ها علاوه بر تأثیرگذاری بر افکار عمومی و مهارت‌دهی به آنها، بر حکومت‌ها نیز تأثیر زیادی به جا می‌گذارند به گونه‌ای که امروزه از آنها به عنوان رکن چهارم دموکراسی یاد می‌کنند. در کنار توده‌ها، احزاب سیاسی و نظام‌های انتخاباتی، رسانه‌ها نیز رکنی از ارکان نظام‌های توسعه یافته سیاسی محسوب می‌شوند (علوی، ۱۳۷۵). یکی از کارکردهای رسانه‌ها در عرصه سیاسی، واداشتن حکومت و مسئولان به پاسخگویی است. در این فرایند، رسانه‌ها همچون وجدان جمعی ناظر بر اعمال نظام سیاسی، از طریق فرایند اطلاع‌رسانی و شفاف‌سازی، مانع از هر گونه پنهان‌کاری شده و حکومت را در معرض قضاوت افکار عمومی قرار می‌دهند و بدین ترتیب موجب تأمین منافع عمومی می‌شوند. نظام پاسخگویی نیز خود به عنوان یکی از ارکان توسعه سیاسی و مردم‌سالاری تنها در چنین فضایی امکان تحقق می‌یابد، بدون رسانه‌ها نمی‌توان از چنین نظامی سخن گفت به گونه‌ای که لازم و ملزوم یکدیگر به شمار می‌روند. با توجه به چنین تأثیرات متقابلی در ادامه به نقش سیاسی رسانه‌ها، کارکردهای نظام سیاسی مطابق با توانایی پاسخگویی آن و آنگاه نقش رسانه‌ها در پاسخگویی حکومت‌ها خواهیم پرداخت.

تأثیرات سیاسی رسانه‌ها

در نتیجه پیشرفت فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌های همگانی، سست شدن ساختارهای اجتماعی سنتی مانند خانواده گسترده و اجتماعات بومی و قبیله‌ای، وسایل ارتباط همگانی در شکل دادن به جهت‌گیری‌های سیاسی افراد و حکومت‌ها اهمیت فزاینده‌ای پیدا کرده است.

دولت - کشورهای جدید، بدون پیشرفت‌های فناوری ارتباطات و رسانه‌های همگانی امکان رشد و توسعه نداشتند و ایجاد حکومت واحد و اداره مؤثر جامعه، بدون ارتباطات گسترده، سریع و عموماً متحدالشکل امکان‌پذیر نبود. برای مثال سرعت و دامنه تاثیر وسایل نوین ارتباطی را می‌توان در سوء قصد به جان پرزیدنت جان. اف. کندی در نوامبر ۱۹۶۳ ملاحظه کرد. تمامی امریکایی‌ها تقریباً در کمتر از چند ساعت از موضوع با خبر شدند و این خبر و حواشی آن با همان سرعت در تمامی اکناف و اطراف جهان منتشر شد. می‌توان به درستی اذعان کرد که اکثر نواحی جهان به طور همزمان به این رویداد واکنش نشان دادند.

وسایل ارتباط جمعی علاوه بر آن که برای دولت - کشورهای جدید عنصری حیاتی به شمار می‌روند برای حرکت جوامع سنتی به سوی وحدت سیاسی نیز وسیله مهمی هستند. وسایل ارتباطی و رسانه‌های همگانی پیام‌های سیاسی مستمر و استاندارد را به طور همزمان به تعداد بی‌شماری از افراد می‌رسانند (Lee, 1995: 88-131). به گفته هربرت هایمن: «کارایی و سرعت آنها به حدی است که می‌توانند جمعیت‌های عظیمی را که به نوگرایی نیاز دارند پوشش دهند و دربرگیرند. استاندارد شدن این وسایل برای ایجاد الگوهای متحدالشکل رفتاری تأثیری در سطح ملی دارد و روحیه‌ای نو در آنها نهفته است، گرچه خالی از عیب هم نمی‌توانند باشند.» تاکید هایمن بر سودمندی بالقوه وسایل ارتباط همگانی در جهت نوگرایی و وحدت سیاسی، تأکیدی درست است. البته گاه در این زمینه راه افراط پیموده می‌شود. جوامعی که به جامعه‌پذیری استاندارد نیاز مبرم دارند، فاقد مهارت‌ها و تسهیلات و ابزار فنی لازم برای استفاده مؤثر از این وسایل ارتباطی هستند. ملت‌هایی که برای نوگرایی خود به شدت به این گونه ارتباطات نیاز دارند، همان ملت‌هایی هستند که کمترین دسترسی را به این منابع دارند. بیشتر جمعیت آنها بی‌سواد است، تعداد اندکی رادیو و تلویزیون در اختیار دارند و به محتوای سیاسی وسایل ارتباط جمعی بی‌اعتنا و بی‌توجه‌اند (واینز و هانتینگتون، ۱۳۷۹: ۳۳۵).

بسیاری از اندیشمندان علوم سیاسی و ارتباطات، کمیت و کیفیت ارتباطات را یکی از عوامل مؤثر در فراگرد توسعه سیاسی می‌دانند؛ شبیه کردن ارتباطات به اعصاب، خون

و یا اسکلت نظام سیاسی توسط صاحب نظران این رشته، از طرفی مبین اهمیتی است که محققان برای نقش سیاسی ارتباطات قایلند و از طرفی گوناگونی عقاید اندیشمندان را در مورد نقش اساسی ارتباطات نشان می دهد (بشیریه، ۱۳۷۶: ۹۳-۸۵).

این نکته که ارتباطات سیاسی وسیله پیوند افراد یک کشور به یکدیگر است، بدیهی است اما بدیهی تر آن که، گستردگی ارتباطات، مردم یک جامعه را آشناتر و نزدیک تر خواهد کرد. رسانه های گروهی به عنوان پیشرفته ترین وسایل ارتباطی، با گسترش فوق العاده خود در قرن بیستم، نقش مهمی در این فراگرد ایفا کرده اند. این رسانه ها در توسعه سیاسی نقش های چندگانه و مهمی دارند که از آن جمله می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- یکی از مهم ترین آثار رسانه های گروهی، سیاسی کردن توده هاست؛ بدین ترتیب که چون وسیله پخش و اشاعه اخبار و ارزش های فرهنگی هستند، خود به خود مسائل سیاسی را که در گذشته اغلب در قالب نشست ها و گفتارهای گروهی محدود، حل و فصل می شد، در سطح وسیع و به صورت یک واقعه ملی مطرح می سازند. در نتیجه توده مردم که در قرون گذشته با مسائل سیاسی نا آشنا بودند، به نحوی در جریان آن قرار می گیرند. به سخن دیگر، رسانه های گروهی سیاست را به میان توده ها می برند و از آنها انسان سیاسی می سازند. با کمی دقت می بینیم که گسترش دامنه حوادث و بالاگرفتن کار نهادهای سیاسی (احزاب و سایر سازمان های سیاسی) همگام با توسعه رسانه های گروهی بوده و می توان ادعا کرد که بشر در هیچ زمانی از تاریخ، به اندازه دوران کنونی، سیاسی نبوده است (Denzin, 1995).

- یکی از آثار رسانه های گروهی در جامعه، ترویج و تقویت روحیه ملی است. بدین سان که از سویی با فراهم آوردن زمینه برای شناخت بهتر هویت ملی و ایجاد تفاهم در میان مردم، باعث تحکیم هویت ملی می شوند و از سوی دیگر ضمن آشنا کردن افراد یک جامعه با موقعیت زندگی و فرهنگ کشورهای دیگر، نوعی همبستگی جهانی و روحیه انترناسیونالیستی ایجاد می کنند (Sudarshan and Souza, 1898).

این آشنایی و نزدیکی افراد بشر که به قول مک‌لوهان، دنیا را تبدیل به یک دهکده جهانی کرده است، مسائل و مشکلاتی را نیز برای بشر در پی داشته است. زیرا با آشکار شدن نابرابری‌ها و تضادهای مادی و معنوی، توقعات مردم افزایش یافته و گاه سبب دامن زدن به اختلافات ملی و بین‌المللی شده است. سرانجام رسانه‌های گروهی در ایفای نقش چندگانه خود در امر سیاست، هم فرهنگ‌های مسلط و هم خرده فرهنگ‌های ناشناخته را در سطح جهانی شناسانده و بقا و استمرار این خرده فرهنگ‌ها را نیز موجب می‌شوند (Gillepie, 1995).

نظریه‌های مسلط موجود درباره نقش رسانه‌ها در توسعه سیاسی، متفاوت و گوناگون است. به طور کلی این نظریات را می‌توان به سه گروه تقسیم کرد: گروه نخست شامل اندیشمندانی است که معتقدند رسانه‌ها موجب نشت فرهنگی و ایجاد همدلی در بین افراد جامعه می‌شوند. به عقیده این گروه، گسترش رسانه‌ها منجر به بالابردن آگاهی سیاسی مردم، شفاف‌سازی سیاسی، ایجاد فضای نقد و پاسخگویی و در نتیجه مشارکت مردم می‌شود. از معروف‌ترین پیروان این نظریه به دانیل لرنر، لوسین پای و کارل دویچ می‌توان اشاره کرد (Lerner, 1970).

گروه دوم که نهادگرا (Institutionalist) هستند، معتقدند مهم‌ترین تاثیر سیاسی رسانه‌های گروهی ایجاد توقع روزافزون بین مردم است که اگر این توقعات از سوی نهادهای سیاسی و اجتماعی برآورده و پشتیبانی نشود به انحطاط و رکود سیاسی می‌انجامد. در این گروه از محققانی چون هانتینگتون می‌توان نام برد (Huntington, 1968).

گروه سوم از منتقدان نقش سیاسی رسانه‌های گروهی هستند که بر نقش مخدر رسانه‌ها تاکید می‌کنند. پیروان این نظریه، از جمله شرام معتقدند رسانه‌های گروهی وسیله تحمیق و یا موجب فرار مردم از دنیای واقعی به دنیای رویایی می‌باشند. به نظر این گروه، رسانه‌های گروهی در مواردی باعث پایین آوردن سطح مشارکت مردم نیز می‌شوند (Schramm, 1964).

آنچه را می‌توان با صراحت ابراز داشت این است که رسانه‌های گروهی در حقیقت می‌توانند وسیله‌ای برای نیل به اهداف مختلف باشند و به تنهایی دارای ماهیتی مثبت یا منفی نیستند. کاربرد آگاهانه این رسانه‌ها می‌تواند نقش مؤثری در پیشبرد اهداف سیاسی داشته باشد یکی از این اهداف، واداشتن حکومت‌ها به پاسخگویی به مردم است که سبب مردمی‌تر شدن هر چه بیشتر نظام سیاسی و مشارکت بیشتر مردم در سرنوشت خود خواهد شد. بررسی اجمالی ویژگی‌های نظام سیاسی، کارکردها و توانایی‌های آن به تبیین بهتر این موضوع کمک شایانی خواهد کرد.

نظام سیاسی و ویژگی‌های آن

«ماکس وبر» نظام سیاسی را نظامی می‌داند که دستوراتش همواره در محدوده جغرافیایی مشخصی اجرا می‌شود (Weber, 1965). «دیوید ایستون»، دانشمند معاصر علوم سیاسی، نظام سیاسی را مجموعه‌ای از کنش‌های متقابل می‌داند که از طریق آنها ارزش‌ها، خدمات و کالاها برحسب قدرت معتبر برای تمام بخش‌های جامعه سهم‌بندی می‌شود. منظور ایستون از «سهم‌بندی بر حسب قدرت معتبر» تصمیماتی است که مسئولان قانون‌گذاری، اجرایی و قضایی برای جامعه اتخاذ می‌کنند (Easton, 1965). در چهارچوب رهیافت سیستمی، نظام برای فعالیت‌های گوناگون خود دارای ساختارهایی است که هر یک از آنها وظایف و عملکردهایی برعهده دارند. برای مثال، وظیفه ساختار اداری اجرای قوانین و مقررات در جهت تامین خواست‌های مردم و پاسخگویی به نیازهای آنان است. به اعتقاد گابریل آلموند ساختار نظام‌های سیاسی گوناگون را از دو طریق می‌توان متمایز ساخت: ۱- درجه و میزان تنوع و تخصصی شدن نقش‌ها، ساختارها و زیرسیستم‌های سیاسی. ۲- درجه و میزان استقلال نقش‌ها، ساختارها و زیرسیستم‌ها نسبت به یکدیگر. در بسیاری از موارد این دو عامل ضابطه‌ای برای توسعه و نوسازی تلقی می‌شود، زیرا در غیر این صورت به رغم پیچیده‌تر شدن جامعه، حکومت قادر به انجام کارکردهای گوناگون نیست و نمی‌تواند پاسخگوی انتظارات فزاینده جامعه باشد. از طرفی مستقل نبودن ساختارها و نقش‌ها مانع از

نوآوری و بیان خواسته‌های گروه‌های گوناگون جامعه می‌شود. شاید یکی از پارامترهای عمده تفکیکی نظام‌های دموکراتیک و غیر دموکراتیک از یکدیگر مسئله استقلال و وابستگی ساختارها و نقش‌ها به یکدیگر باشد. برای مثال، در نظام‌های مردم‌سالار، کانال‌های بیان خواسته‌ها (احزاب سیاسی، گروه‌های ذی‌نفوذ و فشار، اتحادیه‌های صنفی و وسایل ارتباط جمعی) سخنگوی خود هستند و در نتیجه بدون آن که منعکس‌کننده خواسته‌های نخبگان سیاسی و یا بوروکراسی حاکم باشند، به صورت نهادهای مستقل عمل می‌کنند. در حالی که در نظام‌های غیر دموکراتیک چنین استقلال عمل و خودمختاری میان نقش‌ها و ساختارها مشاهده نمی‌شود (Hirst, 1993: 183-195).

کارکرد نظام سیاسی

هر نظام سیاسی برای ادامه حیات خود باید همواره در صدد دگرگونی ساخت‌های موجود یا ایجاد ساخت‌های جدید و سازگاری و سازواری با شرایط متغیر محیطی باشد. شاید بتوان گفت مهم‌ترین ویژگی نظام سیاسی گسترش ظرفیت آن برای بهره‌گیری بهتر از توانایی‌های خویش جهت پاسخگویی به نیازهای مردم است (قوام، ۱۳۷۴: ۶۸).

نظام‌های سیاسی باید پاسخگوی تقاضاهایی باشند که از محیط به نظام وارد می‌شود. این تقاضاها امکان دارد در ارتباط با دریافت کالا، خدمات، حقوق مناسب، امنیت، کنترل بازار، وضع مقررات و قوانین و... باشد یا جنبه‌هایی از حقوق سیاسی مانند حق مشارکت در اتخاذ تصمیمات سیاسی، رای دادن و آزادی‌های مدنی را در برداشته باشد. دومین نوع ورودی‌ها یا نهاده‌ها (Input) حمایت‌ها است. این پشتیبانی‌ها ممکن است در اشکال گوناگونی ظاهر شود مانند: حمایت‌های مادی (پرداخت مالیات و یا خدمت وظیفه عمومی)، اطاعت از قوانین و مقررات، پشتیبانی‌های مشارکتی (رای دادن، مباحثات سیاسی و سایر اشکال فعالیت‌های سیاسی) و سرانجام احترام قایل شدن برای اقتدار حکومتی در جهت مشروعیت بخشیدن به آن (سیف‌زاده، ۱۳۷۳: ۸۹).

اگر نظام سیاسی و نخبگان حاکم یا به طور کلی رهبران جامعه در ایفای نقش خویش بتوانند به نحو موثری به تقاضاها پاسخ دهند از پشتیبانی‌های لازم برخوردار خواهند شد.

ورودی‌های نظام سیاسی لزوماً از محیط داخلی نظام نشئت نگرفته‌اند، امکان دارد عناصری به صورت تهدید، تهاجم، کنترل، فشار اقتصادی و یا بر عکس حمایت‌های سیاسی و اقتصادی از خارج از محیط نظام وارد شوند.

در بخش خروجی‌های نظام یا برون‌داد (Output)، بر اثر کنش متقابل میان نظام و محیط و کنش متقابل میان محیط داخلی و بین‌المللی خواسته‌ها همراه با پشتیبانی یا مخالفت به صورت داده عرضه می‌شود. نباید تصور کرد کلیه نظام‌ها به یک نسبت می‌توانند پاسخگوی نیازهای جامعه باشند، باید نوعی توازن و تعادل میان نهاده‌ها و داده‌های نظام وجود داشته باشد. برای مثال نظام سیاسی‌ای که فقط قادر است پنج درصد از کل تقاضاهای جامعه را برآورده سازد مسلماً با بحران مواجه خواهد شد. البته، عامل زمان را نباید فراموش کرد، بدین معنا که می‌توان گفت داده‌ها مجموعه تصمیمات، قوانین و راهبردهای یک نظام به شمار می‌روند.

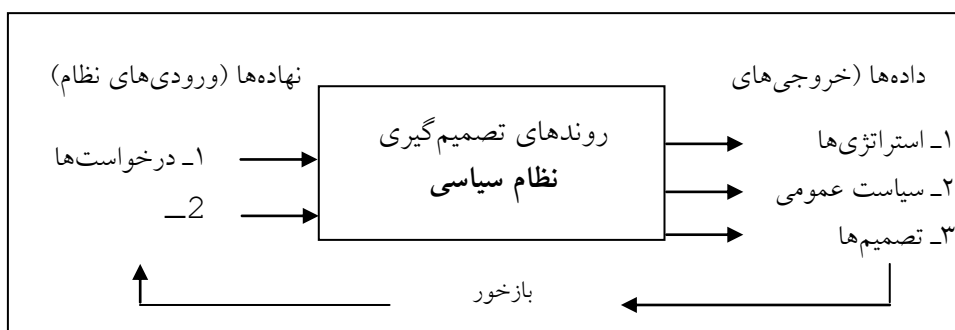
بازخور (Feedback) مورد دیگری است که از تاثیرگذاری برون‌دادها بر نهاده‌ها به وجود می‌آید و امکان دارد به صورت مثبت یا منفی باشد. بدین طریق جامعه در برابر برون‌دادهای نظام سیاسی واکنش‌های گوناگونی نشان می‌دهد، همین امر می‌تواند نظام سیاسی را در مراحل بعد وادار سازد در کارکردهای خویش تجدیدنظر کند و برای پاسخگویی بیشتر نسبت به تقاضاهای مردم، ظرفیت خود را از لحاظ توانایی‌های گوناگون بالا برد.

بنابراین در نظریه سیستمی فرایندهای کنش متقابل به سه قسمت نهاده، تبدیل و برون‌داد تقسیم می‌شود. نظام سیاسی از طریق نهاده‌ها و برون‌دادها با سایر نظام‌های اجتماعی ارتباط برقرار می‌کند و باعث تبادل میان نظام و محیط می‌شود. فرایندهای تبدیل از نهاده به برون‌داد برای نظام سیاسی جنبه داخلی دارد. اصولاً، هنگامی که از انواع و ویژگی‌های نهاده‌ها و برون‌دادها صحبت به میان می‌آید در واقع منظور مرزهای نظام سیاسی است.

عملکرد نظام سیاسی را می‌توان به اختصار به صورت زیر نشان داد:

نمودار یک نظام سیاسی

محیط



محیط

D. Easton, A System's Analysis of Political Life, John Wiley, 1965

توانایی‌های نظام سیاسی

به نظر محققان نظریه سیستمی تجزیه و تحلیل توانایی‌های نظام سیاسی این مزیت را دارد که موجب می‌شود به نحو مؤثر هر گونه تغییر و دگرگونی را در ابعاد گوناگون مورد توجه قرار دهیم. هنگامی که در مورد توانایی‌های نظام سیاسی سخن به میان می‌آوریم در واقع کل کارکرد نظام را در محیطش مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهیم. توانایی‌های نظام به صورت استخراجی، تنظیمی، توزیعی، نمادی و پاسخگویی طبقه‌بندی می‌شوند که اینک به شرح مختصر هر یک از آنها می‌پردازیم (Almond and Powell, 1966: 126-140).

۱- توانایی‌های استخراجی: توانایی استخراجی نظام به ظرفیت آن در تجهیز منابع مادی و معنوی محیط داخلی و بین‌المللی برای پاسخگویی بیشتر به نیازها مربوط

می‌شود. ما باید به کم و کیف منابعی که در سطوح گوناگون ملی، ایالتی و محلی به داخل حکومت جریان می‌یابد توجه داشته باشیم، همچنین نحوه استخراج منابع را حائز اهمیت بشمریم. نظام سیاسی‌ای که از مشروعیت و مقبولیت لازم برخوردار باشد و به مردم امکان دخالت در تصمیم‌گیری‌ها را بدهد و دستگاه اداری کارآمدی داشته باشد، می‌تواند از قابلیت استخراجی قابل ملاحظه‌ای برخوردار باشد، در غیر این صورت، یعنی در شرایط فقدان تشکیلات اداری کارآمد و برنامه‌ریزی صحیح، به رغم برخورداری از منابع سرشار، مشکل می‌توان این منابع را در جهت تحقق اهداف مربوط به کار برد.

۲- توانایی‌های تنظیمی: مقصود از این توانایی برخورداری از اقتدار لازم برای کنترل رفتار افراد و گروه‌های گوناگون جامعه است. در اینجا مسئله رابطه بین فرد و دولت مطرح می‌شود. در چهارچوب توانایی‌های تنظیمی باید مرزهای اقتدار و اعمال قدرت دولت و فرد مشخص شود، بدین معنا که دولت تا چه اندازه می‌تواند در امور اقتصادی، سیاسی و اجتماعی دخالت کند. حوزه‌های زندگی جمعی و فردی، رابطه میان فرد و دولت را روشن می‌کند. در این خصوص، هر چه از نظام‌های دموکراتیک به نظام‌های غیردموکراتیک حرکت کنیم از عرصه عمل زندگی خصوصی و آزادی فردی کاسته شده و بر قدرت دولت و حوزه زندگی جمعی افزوده می‌شود (Ibid: 120-121).

۳- توانایی توزیعی: قابلیت توزیعی به توزیع اقتدارآمیز ارزش‌ها، منزلت‌ها، فرصت‌ها، قدرت‌ها، کالاها و خدمات در میان سطوح گوناگون جامعه مربوط است (دوورژه، ۱۳۶۹: ۲۶). باید توجه کرد که آیا مخاطبان توزیع نظام، کل جامعه است یا گروه اقلیتی از مردم. در ضمن باید رابطه میان نیازهای فردی و فعالیت‌های جمعی حکومت را نیز در جهت تأمین خواسته‌های مردم در نظر گرفت، قابلیت توزیعی باید از دو بعد اقتصادی و سیاسی مورد مطالعه قرار گیرد. در بعد اقتصادی، انجام اصلاحات اقتصادی از لحاظ توزیع مجدد ثروت به صورت وضع مالیات به نسبت درآمد ضروری است و در بعد سیاسی، قابلیت توزیعی به توزیع مجدد قدرت مربوط است که طی آن نظام از حالت متمرکز به صورت غیرمتمرکز در می‌آید.

۴- توانایی نمادی: محیط نظام سیاسی یک فضای ارزشی، اعتقادی و نمادین است. بدین معنا که هر نظام سیاسی باید داده‌های خود را چه به صورت برنامه و چه به صورت قانون یا راهبرد در تبادلی با محیط تنظیم کند. در غیر این صورت، مردم حاضر به مشارکت و همکاری برای تحقق برنامه‌ها و راهبردها نیستند و قوانین، جنبه‌های اجرایی خود را از دست می‌دهند. در این مورد، مطالعه ایستارها، برداشتها و نمادها از اهمیت خاصی برخوردار است. توانایی‌های نمادین یک نظام در ارتباط با مربوط ساختن داده‌های یک نظام به ارزش‌های حاکم بر جامعه مورد ارزیابی قرار می‌گیرد (نقیب‌زاده، ۱۳۷۹: ۱۷۱).

۵- توانایی پاسخگویی: توانایی پاسخگویی یک نظام سیاسی به ارتباط میان نهاده‌ها و داده‌ها مربوط است. برای محققان مطالعه درجه پاسخگویی، اطلاعات لازم را برای تجزیه و تحلیل توصیفی، توضیحی و پیشگویانه نظام‌های سیاسی فراهم می‌آورد (Ibid: 132). نظام سیاسی باید پاسخگویی تقاضاها و فشارهای داخلی و بین‌المللی باشد. در اینجا این سؤال پیش می‌آید که نظام به چه حوزه‌هایی از سیاست و به چه کسانی باید پاسخگو باشد و تا چه اندازه به این کار قادر است؟ اگر بخواهیم نظام‌های توسعه نیافته و توسعه یافته را با یکدیگر مقایسه کنیم متوجه می‌شویم توانایی نظام توسعه نیافته به علت فقدان بوروکراسی کارآمد، نبود تنوع ساختاری و مستقل نبودن نقش‌ها و زیرسیستم‌ها از لحاظ پاسخگویی ضعیف است و در بسیاری از موارد نخبگان سیاسی خود یکی از منابع عمده نهاد تعلق می‌شوند. در حالی که یک نظام توسعه یافته به علت وجود احزاب سیاسی، رسانه‌های جمعی نیرومند، گروه‌های ذی‌نفوذ و فشار و نهادهای صنفی، نسبت به تقاضاها و نیازهای جامعه حساس است و سازمان‌های اداری در تحقق این خواسته‌ها نقش عمده‌ای ایفا می‌کنند. در یک نظام در حال توسعه یا توسعه نیافته، نظام سیاسی صرفاً به تقاضاهای گروه کوچکی از نخبگان سیاسی پاسخگوست و در نتیجه تقاضاهای اکثریت جامعه بدون پاسخ باقی می‌ماند، در این روند اگر گروه‌های قوی و مقتدری وجود داشته باشند که از طریق کانال‌های خاص با نخبگان سیاسی ارتباط برقرار کنند، به احتمال زیاد نظام صرفاً پاسخگوی تقاضای آنها

خواهد بود و توجه چندانی به نیازها و تقاضاهای توده مردم نخواهد داشت، گاه نحوه پاسخگویی نظام به تقاضاهای داخلی در جهت تامین خواست‌های فوری و مقطعی است. یک نظام توسعه یافته، ضمن پاسخ به این خواست‌های مقطعی ممکن است فرایند پاسخگویی را نهادینه سازد.

در مجموع، مطالعه توانایی‌های نظام سیاسی، به ویژه کنش متقابل میان انواع توانایی‌ها، کمک مؤثری به درک فرایند توسعه می‌کند. به طور خلاصه کارکردهای نظام سیاسی را می‌توان در سطح سیاست به صورت مطالعه توانایی‌ها، در سطح فرایند به صورت تبدیل نهاده‌ها به برون‌دادها و سرانجام در سطح نظام در جهت حفظ و سازواری نظام با محیط مورد توجه قرار داد.

رسانه‌ها و پاسخگویی نظام سیاسی

رسانه‌های جمعی در کنار احزاب سیاسی و گروه‌های ذی‌نفع، از اجزای تشکیل‌دهنده جامعه مدنی به شمار می‌روند و نقش واسطه و میانجی را میان افکار عمومی و نظام سیاسی، مرکب از قوای سه‌گانه و دیگر تشکیلات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، ایفا می‌کنند. نقش چنین واسطه‌هایی بسته به نوع نظام سیاسی و میزان استقلال جامعه مدنی متفاوت است، اما در مجموع همگی آنها، به ویژه رسانه‌ها، در تامین خواسته‌های جامعه و واداشتن حکومت به پاسخگویی نقش اصلی برعهده دارند؛ به گونه‌ای که در صورت فقدان آنها، حکومت می‌تواند به راحتی از تامین تقاضاهای جامعه و گروه‌ها سرباز زند و یا مردم برای بیان خواسته‌هایشان دست به رفتارهای خشن بزنند. در هر حال رسانه‌ها به عنوان عضوی از جامعه مدنی و واسطه‌ای میان افکار عمومی و حکومت، از سویی به ساختن افکار و عقاید جامعه می‌پردازند و آنها را نسبت به عملکرد حکومت بسیج می‌کنند و از سوی دیگر به طور مستقیم با بیان و تجمیع تقاضاهای جامعه و گروه‌های مختلف و نظارت بر عملکرد حاکمان، نسبت به برآورده‌سازی انتظارات و عدم کجروی نهادهای رسمی اقدام می‌نمایند.

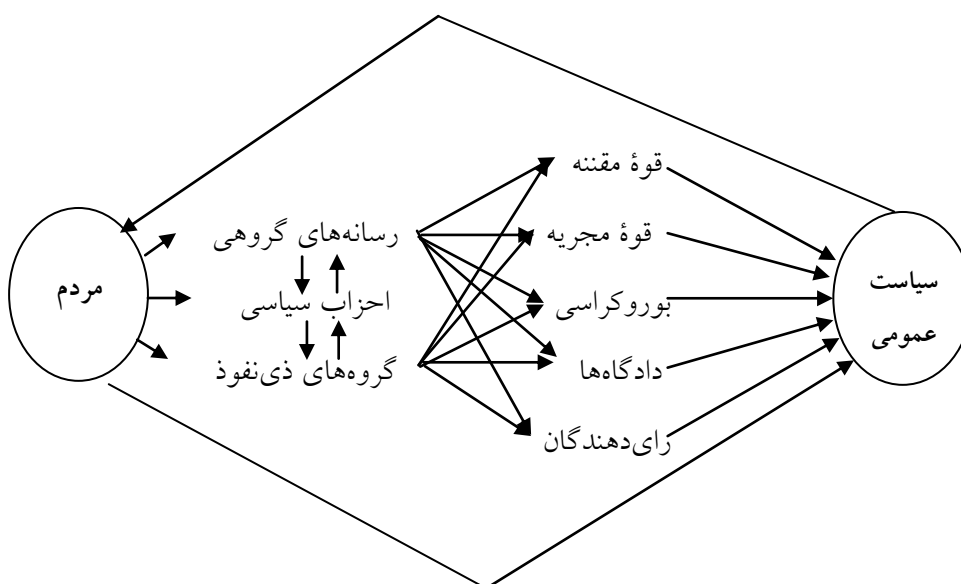
۱- هدایت افکار عمومی

آموزش سیاسی فرایند مستمر یادگیری است که به موجب آن افراد ضمن آشنا شدن با نظام سیاسی از طریق کسب اطلاعات و تجربیات به وظایف، حقوق و نقش خویش در جامعه پی می‌برند، در جریان این انتقال، تغییرات و یا تعدیل‌هایی نیز صورت می‌گیرد. آثار و تجلیات این امر را می‌توان در رفتارهای گوناگون سیاسی و اجتماعی اعم از رای دادن، حمایت از احزاب سیاسی، شرکت در مجامع صنفی و مشارکت سیاسی، اقتصادی و... مشاهده کرد. لازمه پاسخگو بودن نظام سیاسی این است که مردم از مسائل اساسی و اصلی جامعه آگاه باشند و مطالعه آن را از حکومت خواستار شوند. در غیر این صورت نوع خواست جامعه و عکس‌العمل حکومت نسبت به آن در شکل پاسخگویی به انحراف کشیده می‌شود. رسانه‌های گروهی از طریق نظام آموزش دائمی در افزایش آگاهی سیاسی، اقتصادی و فرهنگی جامعه موثر واقع می‌شوند و از این طریق می‌توانند از سویی سبب بیان و هدایت صحیح خواسته‌ها شده و از سوی دیگر حکومت را به ارائه مناسب خدمات و پاسخ‌ها وادارند. در این صورت جامعه با داشتن آگاهی درست، سعی در مشارکت دارد و پاسخ‌های مناسبی از حکومت می‌طلبد. عملکرد سیاسی رسانه‌ها می‌تواند به مشارکت فرد در جامعه بیانجامد و ضمن وابسته کردن فرد به نظامی که به آن تعلق دارد، وی را برای قبول مسئولیت‌های گوناگون اجتماعی آماده کند. در این فرایند افراد می‌آموزند با مشارکت در تصمیم‌گیری‌های اجتماعی و سیاسی در تعیین سرنوشت خویش شرکت کنند. این مشارکت در تمام نظام‌ها به یک صورت انجام نمی‌گیرد و با توجه به شرایط ممکن است مسالمت‌آمیز و یا خصمانه باشد. مسالمت‌جویانه‌ترین شکل، شرکت در تصمیم‌گیری و دادن رای و حادثترین حالت نبرد مسلحانه برای واژگونی نظام است. شکل حاد مشارکت بیشتر در جوامعی مشاهده می‌شود که هنوز در آنها نهادهای سیاسی از ثبات لازم برخوردار نیستند و رسانه‌ها نیز جایگاه و نقش درستی ندارند. در بسیاری از این کشورها، نظام با بحران‌هایی چون مشروعیت، هویت و یکپارچگی مواجه است

و تنها با پشت سر گذاشتن موفقیت آمیز این بحران‌هاست که می‌توان گفت جامعه از لحاظ سیاسی به بلوغ رسیده است (روشه، ۱۳۷۸: ۱۸۰).

۲- تجمیع خواسته‌ها

محققان تقاضاهایی را که افراد و گروه‌ها از سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیرندگان دارند، بیان خواسته‌ها می‌دانند که به سیاست کلی و تجمیع خواسته‌ها تبدیل می‌شوند. امکان دارد جامعه‌ای برای طرح تقاضاهای خود امکانات و ساختارهایی در اختیار داشته باشد و یا این‌که اثری از این گونه نهادها مشاهده نشود، چنان‌که برخی از ساختارها ممکن است مصنوعی و تحت کنترل نخبگان حکومتی و بوروکراسی باشند. یکی از معیارهایی که بسیاری از محققان برای توسعه مورد توجه قرار داده‌اند، وجود یا نارسایی در ساختار بیان و تجمیع خواسته‌هاست. به طور ساده این فرایند را می‌توان به صورت زیر نشان داد (Bone and Ranney, 1976: 48).



همان گونه که در نمودار ملاحظه می‌شود، مردم از طریق رسانه‌های گروهی، احزاب سیاسی و گروه‌های ذی‌نفوذ خواسته‌های خود را به اطلاع سیاستگذاران و نخبگان حکومتی می‌رسانند. اگر نهادهای مزبور (رسانه‌ها، احزاب و گروه‌های ذی‌نفوذ) مستقل عمل کنند و افرادی خاص در اداره آنها نقشی نداشته باشند، سیاست عمومی انعکاسی از نیازها و تقاضاهای مردم خواهد بود. برعکس چنانچه این نهادها فاقد استقلال عمل باشند، کارکرد واقعی خود را نخواهند داشت.

رسانه‌های مستقل و کارآمد می‌توانند با بیان و تجمیع خواسته‌ها، پیگیری آن را از سوی حکومت مطالبه کنند. چنین مسئله‌ای از پایین‌ترین سطوح اجتماعی و جغرافیایی یعنی از فرد فرد جامعه، گروه‌ها، اصناف، محله‌ها، روستاها و شهرها شروع شده و تا بالاترین سطوح یعنی جامعه و کشور را دربرمی‌گیرد که در مجموع می‌تواند به تأمین منافع ملی و جمعی منجر گردد.

۳- نظارت بر افکار عمومی

یکی از مهم‌ترین وظایف نهادهای جامعه مدنی به خصوص رسانه‌ها، نظارت بر عملکرد حکومت‌هاست. حکومت‌ها در صورتی که از نظارت بر عملکرد خویش مطلع باشند و خود را همواره در معرض نقد و بررسی افکار عمومی ببینند، مراقب عملکرد خویش خواهند بود در غیر این صورت به پنهانکاری روی خواهند آورد. در این زمینه می‌توان جنبه نظارتی رسانه را در دو بخش نظارت بر فرایند گزینش افراد و نظارت بر کارآمدی حکومت بررسی کرد.

فرایند گزینشی

وظیفه و کارکرد رسانه‌ها، تاثیرگذاری بر گزینش افراد و گروه‌هایی است که باید نقش‌هایی را در سطوح گوناگون ایفا کنند. هر نظام سیاسی راه‌ها و روش‌های متفاوتی برای به کارگیری افراد انتخاب می‌کند. این کارکرد معمولاً به دو صورت یا ترکیبی از آن دو انجام می‌شود: ۱- براساس پیوندهای وابستگی، ۲- بر مبنای توانایی و مهارت در

انجام کار. در بسیاری از نظام‌های توسعه نیافته جهان سوم، گزینش براساس کارایی، تخصص و استعداد صورت نمی‌گیرد بلکه ملاحظات ارزشی، قومی، قبیله‌ای، خانوادگی، ایلی، عشیره‌ای، نژادی، مذهبی، زبانی و فرهنگی عملاً ضوابط گزینش را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. در این شرایط به اصول عام وقعی گذاشته نمی‌شود بلکه اصول خاص معیاری برای گزینش به شمار می‌رود. طبیعتاً در این شرایط نظام نه از کارکرد مناسب برخوردار است و نه قادر است داده مناسب را ارائه دهد. در مجموع هر اندازه از نظام‌های سنتی به سوی نظام‌های انتقالی و مدرن حرکت کنیم ضوابط بیشتر جایگزین روابط می‌شوند (Binder, 1962: 57).

معیار دیگری که در گزینش و به کارگیری افراد مورد توجه قرار می‌گیرد و بیشتر در جوامع توسعه یافته و مدرن قابل توجه است دستاوردها، توانایی‌ها و تخصص‌های مربوط است. چنین نظام‌هایی در چهارچوب مدل «وبری» (بوروکراسی کارآمد مبتنی بر تفکیک مدیریت از مالکیت و سلسله مراتبی رسمی) عمل می‌کنند و در شرایطی که افراد نتوانند وظایف خویش را به نحو مطلوبی انجام دهند، افراد کارآمدتر جایگزین آنان می‌شوند. در نظام‌های ایدئولوژیک نیز دقت زیادی در گزینش افراد صورت می‌گیرد و تنها وفادارترین، شجاع‌ترین و با ایمان‌ترین افراد می‌توانند مشاغل کلیدی را در دست گیرند. در نظام‌های در حال انتقال ممکن است ترکیبی از حالت‌های گوناگون و متعارض را نیز مشاهده کنیم. امکان دارد در همان حال که افراد در برخی از سطوح براساس توانایی و استعداد خویش به استخدام در می‌آیند، در سطوحی دیگر بر مبنای معیارهای خاص گزینش شوند، گاه حتی در نظام‌های مدرن توسعه یافته ممکن است بر اثر وقوع بحران‌ها با وضعیتی مواجه شویم که به موجب آن افراد بر حسب معیارهای خاص گزینش می‌شوند به عبارت دیگر امکان دارد نظام مبادرت به گزینش مجدد کند. برای مثال می‌توان به دوران مکارتیسم در ایالات متحده امریکا اشاره کرد (Trow, 1966: 181-203).

رسانه‌ها می‌توانند به صور گوناگون در جذب و به کارگیری افراد موثر باشند. در اینجا لازم است ساختار و کارکرد رسانه در هر جامعه مورد توجه قرار گیرد، بدین معنا

که چه طبقه‌ای از افراد و گروه‌ها و چه نوع دستورالعمل‌هایی در فرایند انتخاب وجود دارد؟ در ضمن باید دید انتخاب نامزدها از یک گروه و قشر خاص صورت می‌گیرد یا به کلیه طبقات و گروه‌های مختلف فرصت‌هایی برای ورود به فرایند سیاستگذاری داده می‌شود؟ در نظام‌های تک حزبی این فراگرد بیشتر جنبه نمادین دارد. امکان دارد انتخاب مقامات دولتی و کارمندان بر اساس معیارهای حزبی باشد تا ضوابط مبتنی بر لیاقت و شایستگی. در این روند واگذاری مشاغل به افراد در دستگاه حکومتی پاداشی است که مقامات حزبی برای نشان دادن وفاداری و تعهد افراد نسبت به حزب به خصوص به آنان اعطا می‌کنند.

عملکرد رسانه‌ها در این زمینه سبب می‌شود حکومت نسبت به تصمیم خویش مبنی بر گزینش افراد پاسخگو باشد. نظارت دائمی رسانه‌ها و جهت‌دهی مناسب افکار عمومی و حکومت از سویی منجر به انتخاب بهترین و شایسته‌ترین افراد در مناصب حکومتی می‌شود و از سوی دیگر، ارائه خدمات بهتری را به علت شایسته‌سالاری و کارآمدی ممکن می‌سازد.

کارآمدسازی حکومت

اندیشمندان سیاسی برخلاف گذشته، میان مشروعیت و مقبولیت تفاوت قائل می‌شوند. ماکس وبر و تالکوت پارسونز معتقدند مشروعیت به میزان قدسی بودن حکومت و بهره‌گیری آن از امور معنوی و یا میزان دوری و نزدیکی آن به منشا روحانی وابسته است که سبب تمییز میان حقیقت و امور غیرحقیقی می‌شود؛ در حالی که مقبولیت با توجه به امور عینی و واقعی شکل می‌گیرد و میزان آن بستگی به میزان موفقیت حکومت در برآورده‌سازی خواسته‌های عینی و مادی جامعه دارد. اندیشمندان سیاسی عملکرد و کار ویژه حکومت را در چهارچوب هر دو حوزه فوق می‌دانند و توجه به هر یک از این جنبه‌ها را بدون دیگری، نوعی آسیب‌پذیری می‌شمرند (Lipset, 1960: 29-35).

ملاک‌های مشروعیت	ملاک‌های مقبولیت
۱- شناخت شناسانه	۱- رفتار گرانه
۲- حقیقت محور	۲- واقعیت محور
۳- قدسی	۳- تجربی
۴- تقریباً ثابت	۴- کاملاً متغیر
۵- اعتقاد محور	۵- سودانگارانه
۶- درونی	۶- عمل‌گرا
۷- آرامش بخش	۷- روزمرگی یا ناپایداری
۸- اطمینان بخش	۸- تشویش آور
۹- یقینی	۹- غیر یقینی
۱۰- عدالت محور	۱۰- نتیجه محور
۱۱- اخلاق‌گرا	۱۱- قانون‌گرا

با توجه به چنین ملاک‌هایی می‌توان جوامع مختلف را به دوره‌های گوناگون برحسب زمان و مکان تقسیم کرد. جوامع غربی در دوران جدید و پس از قرن هجدهم با کم‌رنگ ساختن معیارهای مشروعیت‌ساز، اساس موفقیت خود را بر ملاک‌های مقبولیت‌ساز قرار دادند؛ میزان ماندگاری و ثبات حکومت‌ها بستگی به میزان موفقیت آنها در برآورده ساختن خواسته‌های عینی و واقعی جامعه دارد که به «خواسته‌های مادی» نیز تعبیر می‌شود (باتامور، ۱۳۷۲: ۱۲۵-۱۲۴). البته در برخی جوامع همچون جامعه ایران، به علت ریشه‌های تاریخی و قدرت سنت و مذهب، تقویت هر چه بیشتر بنیادهای مشروعیت‌ساز برای حکومت ضروری است. این در حالی است که توجه به نیازهای عینی جامعه و عناصر مقبولیت‌ساز لازم می‌نماید. از این روست که برخلاف جوامع مدرن، نمی‌توان تنها بر یک بعد تاکید داشت و سایر ابعاد را به حاشیه راند. نقشی که رسانه‌ها می‌توانند در این زمینه ایفا کنند به خصوص برای جوامعی که از ریشه‌های مذهبی و تاریخی قدرتمند برخوردارند، توجه دادن حکومت به رعایت ارزش‌های مشروعیت‌ساز از یک سو، و برآورده‌سازی خواسته‌های عینی و مقبول‌ساز جامعه از سوی دیگر است. در حالی که توجه به یکی از این دو می‌تواند نظام سیاسی را با بحران مشروعیت و یا بحران مقبولیت مواجه سازد. کارآمدی نظام سیاسی نیز بدین

معناست که ارزش‌های حاکم بر جامعه محترم شمرده شود و نیازهای آن برآورده گردد. رسانه‌ها می‌بایست نظارتی قدرتمند در این زمینه اعمال کنند و نظام سیاسی را به پاسخگویی وادارند.

نتیجه‌گیری

نظام‌های سیاسی مرکب از نهادهای گوناگون سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به صورت کل به هم پیوسته‌ای عمل می‌کنند که در صورت فقدان و یا ناکارآمدی یکی، همه اجزا دچار آسیب خواهند شد. این نظام‌ها وظایف گوناگونی در قبال محیط داخلی و خارجی خویش دارند که شامل موارد عینی و ذهنی می‌شود. استخراج، تنظیم و توزیع خواسته‌ها و منافع جمعی همراه با حفظ و تقویت ارزش‌های نمادین و اعتقادی از وظایف حکومت‌ها به شمار می‌رود که همواره در معرض تحول قرار دارند. افکار عمومی نیز به عنوان رکن دیگر تشکیل‌دهنده نظام و یا مهم‌ترین آن، با انبوهی از خواسته‌ها و نیازها در کنار حکومت و جامعه مدنی، همواره در معرض انواع تحولات و تغییرات داخلی و خارجی قرار دارد و از حکومت به عنوان نماینده خود خواستار برآورده‌سازی انتظارات خویش است. به ویژه آن که حکومت‌ها نیز همواره در معرض قضاوت افکار عمومی قرار دارند. سومین رکن تشکیل‌دهنده نظام، جامعه مدنی است. جامعه مدنی مرکب از رسانه‌ها، احزاب، گروه‌ها، اصناف و ... نقش میانجی و واسطه را میان حکومت و افکار عمومی ایفا می‌کند که مهم‌ترین وظایف آن انتقال خواسته‌های جامعه به حکومت و پی‌گیری آن است و در این زمینه می‌تواند حکومت‌ها را وادار به پاسخگویی در قبال عملکرد خویش سازد. رسانه‌ها به عنوان عضوی از جامعه مدنی و واسطه میان افکار عمومی و حکومت که وظیفه برآورده ساختن تقاضاهای جامعه و گروه‌ها را از طریق بیان و پی‌گیری آنها دارند نقش و وظایف مختلفی در این زمینه ایفا می‌کنند که یکی از مهم‌ترین آنها هدایت و کنترل افکار و عقاید جامعه است، به گونه‌ای که می‌توانند از طریق تبلیغ و فرایند القا و اقناع، افکار جامعه را به سوی هدفی درست و منطقی و یا

برعکس اشتباه هدایت کنند. در جامعه‌ای که خواسته‌های کاذب جایگزین خواسته‌های راستین می‌شود حکومتی شکل می‌گیرد که نخبگان آن نیز رفتاری غیرمنطقی خواهند داشت. هدایت افکار عمومی از مقوله‌های حساس و اصولی است که رسانه‌ها با جهت‌دهی مناسب آن سبب حساسیت و بیان خواسته‌های راستین خواهند شد و در نهایت همان را نیز از حکومت مطالبه خواهند کرد.

همچنین از آنجا که حکومت‌ها وظایف مختلفی در قبال جامعه دارند، بسته به نوع تقاضاها، از خود واکنش نشان می‌دهند. ورودی‌هایی که به شکل تقاضا وارد نظام سیاسی می‌شوند، طی فرایند تصمیم‌گیری، به شکل خروجی وارد نظام سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی خواهند شد. شناخت چنین تقاضاهایی همراه با دسته‌بندی و بیان آنها جزء وظایف رسانه‌های مستقل و کارآمد است که در این فرایند از طریق انتقال خواسته‌ها به حکومت، تحقق آنها را نیز پی‌گیری می‌کنند؛ به گونه‌ای که امروزه رقابت میان رسانه‌های معتبر جهانی برای کسب مقبولیت عامه و پیشبرد منافع و سیاست‌های خود، سبب اعتبار آنها نزد افکار عمومی می‌شود.

از جمله موارد دیگری که در راستای وظایف رسانه برای پاسخگو ساختن حکومت ذکر می‌شود، جنبه نظارتی آن است که یکی از موارد مهم آن، نظارت بر روند گزینش افراد و رعایت ضوابط به جای روابط است. این امر که یکی از دغدغه‌های افکار عمومی است و اغلب حکومت‌ها نیز در زمینه آن دچار ضعف و نارسایی شدیدی هستند، سبب می‌شود حکومت به علت پاسخگو بودن در قبال جامعه، کلیه جوانب را رعایت کند و این خود منجر به افزایش کارآمدی خواهد شد.

یکی از دیگر وظایف رسانه‌ها در جهت افزایش توانایی پاسخگویی حکومت و تأمین منافع عمومی، توجه به ابعاد کارآمدی حکومت در زمینه عوامل مشروعیت‌ساز و همچنین قابل قبول است. عوامل مشروعیت‌ساز که به نسبت ثابت و غیرقابل تغییرند، خواسته‌ها و علقه‌های ذهنی و اعتقادی جامعه را دربرمی‌گیرد که در کنار عوامل مقبولیت‌ساز یعنی عوامل غیرثابت، کاملاً متغیر و عینی، می‌بایست مورد توجه رسانه‌ها

قرار گیرد. رسانه‌های جمعی با پی‌گیری دو هدف ذکر شده، مطالبه آن را از حکومت‌ها خواستار شده و آنها را در این زمینه پاسخگو می‌کنند.

در مجموع رسانه‌ها می‌توانند با انجام وظایف هدایتی، تجمیعی و نظارتی، منجر به پاسخگویی حکومت‌ها در قبال عملکرد خود شوند. امری که اگر به درستی انجام پذیرد، زمینه را برای نزدیک شدن جامعه و مسئولان به یکدیگر، کارآمدی بیشتر حکومت و مشارکت مردم و گروه‌ها در تصمیم‌گیری‌ها فراهم خواهد آورد.

منابع

- باتامور، تام، *جامعه‌شناسی سیاسی*، انتشارات مؤسسه کیهان، ۱۳۷۲، تهران
- بدیع، برتران، *توسعه سیاسی*، ترجمه احمد نقیب‌زاده، تهران: نشر قومس، تهران، ۱۳۷۶
- بشیریه، حسین، *نظریه‌های فرهنگ در قرن بیستم*، مؤسسه فرهنگی آینده پویان. تهران، ۱۳۸۱
- بشیریه، حسین، *جامعه‌شناسی سیاسی*، نشر نی. تهران، ۱۳۷۶
- سیف‌زاده، حسین، *نوسازی و دگرگونی سیاسی*، انتشارات قومس، تهران، ۱۳۷۴
- روشه، گی، *تغییرات اجتماعی*، ترجمه منصور وثوقی، نشر نی، تهران، ۱۳۷۸
- دوورژه، موریس، *جامعه‌شناسی سیاسی*، ترجمه ابوالفضل قاضی، انتشارات دانشگاه تهران، تهران، ۱۳۶۹
- قوام، عبدالعلی، *نقد نظریه‌های نوسازی و توسعه سیاسی*، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ۱۳۷۴
- علوی، پرویز، *ارتباطات سیاسی*، مؤسسه نشر علوم نوین، تهران، ۱۳۷۵
- واینر، مایرون، هایننگتون، ساموئل، *درک توسعه سیاسی*، ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی، انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی، تهران، ۱۳۷۹
- ویر، ماکس، *اقتصاد و جامعه*، ترجمه عباس منوچهری و ...، انتشارات مولی، تهران، ۱۳۷۴
- محسنیان‌زاد، مهدی، *ارتباط‌شناسی*، انتشارات سروش، تهران، ۱۳۶۹
- نقیب‌زاده، احمد، *جامعه‌شناسی سیاسی*، انتشارات سمت، تهران، ۱۳۷۹
- نصر، صلاح، *جنگ روانی*، ترجمه محمود حقیقت کاشانی، انتشارات سروش، تهران، ۱۳۸۰

- Almond. G and Powell. G.B, 1966, *Comparative Politics: A Developmental Approach*, Boston: Little Brown gco.
- Bone. Hugh and Ranney. Austin, 1976, *Politics and Voters*, Mc Graw-Hill Book Co.
- Binder. Leonard, 1962, *Ira: Political Development in a Changing Society*, university of Calif press.
- Denzin. Norman K, 1995, *The Cinematic Society*, London, SAGE Pub.
- Easton. David, 1965, *A system's Analysis of political Life (iN.Y: 1965) and also "A Framework for Political Analysis"*, Prentice-Hall.
- Eisenstadt. S.N, 1969, *The Political Systems of Empire*, the free press, NewYork.
- Huntington. Samuel, 1968, *Political Order in Changing Societies*, New Haven: Yale university press.
- Hirst. Paul Q, 1993, ed, *The Pluralist Theory of the State*, Routledge: London.
- Lerner. Daniel, 1970, *Communication and Change in Developing Countries*. Honolulu: East west – center press.
- Lipset. S.M, 1960, *Political Man*, Vakils, Feffer and Simons LTd.
- Lee. Chin-chuana, 1995, *Voices of China*, London & NewYork, the Guilford press.
- Mcquail. Denis, Windahl. Sven, 1990, *Communication Models*, London and NewYork, Longman.
- Mowlana. Hamid, 1988, "*Globalization of Mass Media: Opportunities and Challenges for the South*", cooperation south, No2.

- Kapla. M, 1967, *System and Process in International Relations*, N.Y. John Wiley.
- Kumar. Arvind, 2001, *Encyclopedia of Mass Media Communication*, Vol.2, the mass communication, sociological approach to communication, Anmol publication pvt, New Delhi.
- Schramm. Wilbur, 1969, *Mass Media and National Development: Role of Information in Developing Countries*, Stanford: Stanford university press.
- Stan. Alexis, 1980, *Mass Communication Theories and Research Grid*, publishing, Inc. Columbus, Ohio.
- Sudarshan. K.N, Souza. Y.K.D, singh. P.P, & S. Ganesh, 1998, *Electronic Media*, Delhi, Indian publisher distributions.
- Trow. M, “Small Businessmen, Political Tolerance and Support for McCarthy” in L.Coser, political sociology, London: Harper & Row.
- Weber. Max, 1965, *The Theory of Social and Economic Organization*, Englewood Cliff, Prentice Hall.

رسانه‌های جمعی و هویت ملی

بررسی انتقادی نظریه‌های فناوری محور

پیرامون جهانی‌سازی

دکتر علی احمد الطراح*

مترجم: احسان قرنی**

چکیده

نظریه‌های بسیاری وجود دارد که رسانه‌های جمعی را در ساخت و بازسازی هویت ملی و هویت فراملی توانمند و کارآمد می‌داند، اما پژوهش‌های کنونی هرچند پیچیدگی‌های هویت‌سازی را نشان داده‌اند، نتوانسته‌اند تفسیر قانع‌کننده‌ای از روابط رسانه‌های جمعی و هویت ملی، منطقه‌ای، اقلیمی و جهانی ارائه دهند. این تحقیق می‌کوشد با واکاوی رویکردهایی که نقش بنیانگذاری برای وسایل ارتباط جمعی و فناوری ارتباطات در نظر می‌گیرند، راه‌های تازه‌ای برای دریافت روابط موجود میان رسانه‌های جمعی و هویت‌های فرهنگی پیشنهاد کند. در بررسی این پرسش شکل‌گیری هویت‌های ملی و اقلیمی مورد تحلیل قرار می‌گیرد. فرضیه پژوهش این است که توانایی‌های فناورانه خود به خود و یا به شکل

* رئیس دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه کویت

** کارشناس ارشد فلسفه و حکمت اسلامی

ابزاری نمی‌توانند گونه‌های تازه‌ای از آگاهی ملی و یا هویت ملی بیافرینند. فناوری ارتباطات و رسانه‌ها فاصله‌ها را به هم می‌پیوندند و به تقویت آگاهی تازه کمک می‌کنند، اما شکل‌گیری هویت چیزی بیش از این می‌خواهد، اقداماتی که طی آن مردم برانگیخته شوند و در مجموعه‌های فرهنگی رقابت‌آمیز تکامل پیدا کنند تا هویت‌های تازه و خاص شکل گیرد و برپای ایستد.

مقدمه

آیا نخستین فیلم‌های هالیوود ساکنان و مهاجران قدیم و جدید آمریکا را امریکایی کرده است؟ آیا فیلم‌های محلی بر میزان وابستگی و دلبستگی تماشاگران به ملیت و هویت آنها مؤثر است؟ آیا روزنامه‌های ملی مانند الاهرام در مصر، النهار در لبنان و القبس در کویت در ژرفا بخشیدن به آگاهی ملی مشارکت دارند؟ آیا شبکه‌های جهانی تلویزیونی مسئولیت باز ترسیم نقشه‌های خاص فرهنگی را بر عهده دارند؟ آیا شبکه‌های تلویزیونی جهانی در کوشش برای بازآفرینی آگاهی جهانی شرکت دارند؟ آیا فناوری نوین ارتباطی می‌تواند گروه‌هایی بیافریند که مرزهای ملی را در هم شکنند و با برخی گروه‌های دیگر هماهنگ و همدل باشند؟

اینها برخی از پرسش‌هایی هستند که جایگاه مهمی در پژوهش‌های مرتبط با ارتباطات، ابزارها و پیامدهای آن بر هویت ملی در بلند مدت دارند، البته هم اکنون توجه به چهارچوب این اثربخشی در شکل‌گیری هویت بیشتر شده است. بدیهی است که این اهتمام را در پژوهش‌های مربوط به رسانه و هویت ملی نمی‌توان تنها به یک جنبش علمی و یا گرایش‌های خاص دانشگاهی نسبت داد بلکه اهمیت این مسئله و الزام و ارتباط مستقیم با پیامدهای جهانی‌سازی ارتباطات و فناوری آن، پدیدآورنده این توجه است.

این پژوهش‌ها کوشیده‌اند به پرسش‌هایی که پیش از این مطرح شد پاسخ گویند. گذشته از اختلافات نظری و تحلیلی، بسیاری از دیدگاه‌ها و از جمله نظریه‌های مدرن و پست مدرن بر این نکته اتفاق نظر دارند که رسانه‌های جمعی در ساختن و بازسازی

هویت‌های فراملی کارآمد و توانمند هستند. از این رو این اجماع وجود دارد که رسانه واقعاً نقش مستقیمی در بنای هویت‌های فرهنگی دارد. همه در این رویکرد مشترکند که رسانه‌ها فاصله میان شهروندان [مناطق] مختلف را در می‌نوردند و آنان را در تصویری مشترک گردهم می‌آورند و در برپایی جمعیت‌ها و گروه‌های ملی و جهانی سهم دارند. تطور و گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات به ایجاد دگرگونی ریشه‌ای در آگاهی اجتماعی منتهی شده و عامل مکان را که سنگ بنای همه جمعیت‌ها، گروه‌ها و پیمان‌های انسانی و دیگر گونه‌های شناخته شده همدلی و همراهی انسان‌ها بوده، حذف کرده است. هر چند سرزمینی لازم است تا انسان‌ها برای همدلی و همکاری و هم‌پیمانی گرد هم آیند، وسایل ارتباط جمعی و اطلاع‌رسانی از نیاز به سرزمین واحد، به مثابه عامل اول در پیدایش تجمع، کاسته است. لذا همکاری از طریق فناوری اطلاعات و رسانه‌های جمعی صورت می‌گیرد که مرزهای جغرافیایی را درنوردیده‌اند و از ملیت‌ها فراتر رفته‌اند.

رسانه‌های الکترونیکی فعالانه بر هویت‌های جمعی تأثیر دارند، و این تأثیر رابطه موجود میان مکان و موقعیت فیزیکی را از یک سو و دستیابی به اطلاعات را از سوی دیگر کاهش می‌دهند (Meyrowitz, 1985:143).

فناوری توسعه فرهنگی و روابط فرهنگی، از طریق درنوردیدن فاصله‌ها و نزدیک کردن مکان‌های دور و تجمع آنها، امکان‌پذیرتر و واقعی‌تر و از اهمیت و ارتباط آن با مکان کاسته شده است. با این همه، و به رغم پژوهش‌های بسیار، پاسخ‌های قانع‌کننده و کافی در مورد روابط میان رسانه و هویت؛ اعم از ملی، منطقه‌ای و اقلیمی، ارائه نشده است. در اینجا خواهیم کوشید نظریات اصلی را در مورد نقش فناوری اطلاعات در شکل‌گیری هویت‌های فرهنگی مورد بررسی قرار دهیم. سپس راه‌های جایگزینی را از طریق پرسش‌هایی در مورد هویت ملی و فرهنگ ملی برای دریافت رابطه رسانه و هویت پیشنهاد خواهیم کرد.

ارتباطات و هویت: نگاهی دوباره

اندیشه فرامکانی بودن فناوری ارتباطات، محور اساسی پژوهش‌هایی است که می‌کوشند روابط میان ارتباطات و هویت‌های ملی را روشن کنند. پژوهشگران در بررسی‌های خود می‌گویند روزنامه‌ها و مجلات و فیلم‌ها و رادیو و تلویزیون همگی وظیفه دارند انبوهی از مردم پرشمار، پراکنده و دور از هم را به لحاظ مکانی و جغرافیایی و زبانی و نژادی و فرهنگی و دینی جذب کنند و گرد آورند. این البته از طریق نشر فرهنگی فراگیر برای همه بخش‌ها و گروه‌های جامعه‌ای ممکن است که در محدوده دولت - ملت زیست می‌کنند. از این رو ارتباطات اختلاف‌ها و تفاوت‌های جداکننده فرهنگ‌ها را از میان می‌برد. هر چند فرهنگ‌های گونه‌گون - نه به آسانی - در چهارچوب یک نظام حکومتی برآمده از یک دولت - ملت همزیستی دارند، ارتباطات پاره فرهنگ‌ها را در هم می‌آمیزد و یک فرهنگ ملی می‌آفریند و هویت فرهنگی فراگیری را شکل می‌دهد، یا دست کم انتظار این است که چنین کند تا بتواند اقتدار و آرامش و امنیت حکومت را حفظ کند، زیرا فرایند تشکیل کشورها بخشی از جریان‌های عمومی شکل‌گیری گروه‌های فرهنگی و گسترش آن و سرانجام گردآوردن توده‌ها با فرهنگ یکپارچه در دولت - ملت است که ارتباطات نیز به همین جا می‌انجامد (Gitlin, 1995).

ملیت ساخته عصر ارتباطات، به گونه‌ای است که در آن رسانه‌ها رشد و تحول پیدا می‌کنند، این البته خود به بروز توده‌ای از شنوندگان، خوانندگان و بینندگان، نه تنها به لحاظ توده بودن آن، بلکه از منظر ملیت، می‌انجامد. بسیاری از پژوهش‌های بیرون از حوزه رسانه و ارتباطات نیز همین دیدگاه را دارند. یکی از اینها پژوهش نمونه‌ای (Gellner, 1983) در تحلیل عوامل مؤثر در ملیت است. بر اساس این تحلیل ملیت تنها با رشد سرمایه‌داری ارتباط ندارد، بلکه با هماهنگی و تفاهم فرهنگی برخاسته از ارتباط عمومی از طریق رسانه‌ها و افزایش سطح فرهنگی و علمی گروه‌های منزوی و حاشیه‌گزین و دور از روابط و همچنین پیمان‌های سنتی نیز مرتبط است.

پژوهش دیگر (Anderson, 1983) در مورد پیدایش گروه‌ها و جمعیت‌های مجازی است که در نتیجه تحول رسانه‌های عمومی پدید می‌آیند، این پژوهش به بررسی فرایند و چگونگی پیدایش هویت‌های ملی می‌پردازد. به نظر وی فناوری شتابان جدید مفهوم مکان را تغییر داده، آن را دچار تحول کرده و اقدامات فرهنگی جدید و راهبردهای پیشرفته‌ای برای آن ارائه کرده است.

حذف مکان و هویت برآمده از تحولات رسانه‌ها، چنان که برخی تحلیل‌گران پست مدرن می‌پندارند، از آخرین پدیده‌های سرمایه‌داری نیست. از دیدگاه Anderson (1983) پیدایش آگاهی ملی، با وصف هویت بی‌مکان، پیش از آن اتفاق افتاده است که تحلیل‌گران پست مدرن گفته‌اند، حتی شاید پیش از سرمایه‌داری صنعتی. حتی در برخی از کشورهای توسعه یافته، برای مثال امریکای لاتین که در اوایل قرن نوزدهم، فناوری چاپ در آن رشد نکرده بود، مطبوعات با نیرومندی توانستند آگاهی مشترک سیاسی و فرهنگی بین توسعه ملی و منطقه‌ای ایجاد کنند. به نظر (Anderson 1983) در پژوهش پیرامون کشورهای جدید و ملیت‌ها، فناوری چاپ نقش کارآمدی در ساختن جوامع مجازی و گروه‌های هماهنگ در میان نخستین مستعمرات اسپانیا بر عهده داشته است. فناوری چاپ کار تثبیت و تعمیق و همه‌گیر کردن زبان‌های ملی را در میان شهروندان، که نقش مهمی در توسعه ملی بر عهده دارند، امکان‌پذیر ساخته و زبان‌های مشترک و ملی روابط افقی و هم‌ترازی را میان شهروندان، از طریق تشکل‌های سیاسی و اقتصادی، پدید آورده است. البته در امریکای لاتین، نقش چاپ در فرایند هماهنگی و همسانی زبانی کمتر از تأثیر آن بر شکستن سد زمان و مکان بود، زیرا زبان طی جنگ‌های استقلال نقش عمده‌ای بر عهده نداشت (Anderson, 1983).

روزنامه‌ها تشکیلات پیچیده و ابهام‌آمیزی را که امپراتوری اسپانیا بنیاد نهاده و به کار گمارده بود نادیده می‌انگاشتند و به حساب نمی‌آوردند. آنان گروهی مجازی (Anderson, 1983) برای خوانندگان خود ساختند، و از طریق مراجعه به آن در رویدادهای پیاپی، مانند مناسبت‌های اجتماعی، رسیدن کشتی‌ها، ارسال آنها برای مردم مناطق مختلف و دیگر مسائل مهم زندگی، میان آنها و خوانندگان احساس مشترک

ایجاد می‌کردند. زیرا توجه به این خبرها روابط اجتماعی تازه‌ای می‌آفرید و انسان‌هایی را که به لحاظ جغرافیایی از هم دور بودند، در کانون مسائل مورد توجه همه، گرد هم می‌آورد.

پخش این گونه خبرها، که روزنامه‌ها در این هنگام به درج آنها می‌پرداختند، آگاهی مشترک و توجه همگانی را در بزرگان و رهبران مناطق برمی‌انگیخت. علاوه بر این، چاپ خبرهای مستعمرات دیگر اسپانیا در سایر مناطق امریکای لاتین، که با مشکلات سیاسی و اقتصادی مشابهی درگیر بودند، نوعی احساس پیوستگی عمومی را در امریکا، که خاستگاه آنان بود و به آن توجه داشتند، برمی‌انگیخت. این احساس با دیگر مناطق امریکا که به زبان انگلیسی سخن می‌گفتند، ناسازگار بود. به نظر Anderson (1983) این مخالفت با اسپانیا، که شورش مسلحانه‌ای را در امریکای شمالی برانگیخت، احساس ملیت زود هنگامی را شکل داد و سرمنشأ تلاش‌هایی برای براندازی حکومت بوربون و برپایی حکومت‌های ملی شد. هر چند آگاهی منطقه‌ای، طی شکل‌گیری وسیع ملت‌ها در منطقه، رنگ باخت، زیرا دو شرط اساسی در میان کسانی که در منطقه امریکای شمالی به زبان انگلیسی سخن می‌گفتند وجود نداشت: سرمایه‌داری پویا و توانمند و تحول فناوری، که می‌توانست فاصله میان نواحی مختلف منطقه را از میان بردارد. (Anderson, 1983) می‌کوشد از افتادن در ورطه جدال‌های بی‌حاصل در مورد فناوری بپرهیزد. بنابراین سرمایه‌داری چاپ به جای چاپ صرف به جمعیت‌های فرهنگی امداد رساند، زیرا بودن یا نبودن سرمایه‌داری تعیین‌کننده است. چین فناوری چاپ را اختراع کرد و به پیش برد اما ملیت چین در قرن هفدهم شکل نگرفته بود. تفسیر اندرسون با دیدگاه (McLuhan, 1994) پس از او و نیز تحلیل‌گران فرامدرن همخوانی دارد. ارتباطات آگاهی جدیدی پدید آورده است. اگر در اندیشه پدید آوردن جمعیت‌ها و گروه‌هایی فراتر از جوامع و گروه‌های محلی باشیم گریزی از فناوری ارتباطات نداریم. (Anderson, 1983) هم همین نکته را می‌گفت، این مسئله در حد نظری پذیرفته شده است، هر چند در حوزه تجربه و عمل دچار مشکل است. شکی نیست که ادواری‌ها، مجلات، روزنامه‌های نخستین در امریکای لاتین جمعیت‌ها و

گروه‌هایی را با تمرکز و گزینش مسائلی که مورد علاقه جوامع بود، ایجاد کردند. علاوه بر بسیاری از گزارش‌ها و تحلیل‌های تاریخی و خاطره‌ها و نکته‌ها که به طور وسیع به فراوانی و مستند نوشته می‌شد، اخبار بازرگانان و نخبگان حاکم نیز منتشر می‌گردید تا آنجا که ساکنان مستعمرات اسپانیا با اشتیاق در انتظار این مجلات، ادواری‌ها و روزنامه‌ها بودند. حتی مستعمرات دیگر هم در انتظار بودند تا اخبار و رویدادهایشان پوشش داده شود. بنابراین سیاست‌ها و تصمیم‌های مستعمرات دیگر نیز بر مبنای اخبار و تحلیل‌هایی بود که از مجلات و روزنامه‌ها دریافت می‌کردند.

در اینجا یک مشکل وجود دارد و آن دستیابی به آگاهی ملی به مثابه نتیجه طبیعی کار مطبوعات است، در این نکته تردیدی وجود ندارد که مطبوعات بسترهای مناسبی برای تصمیم‌گیری و تفسیر رویدادها و اندیشیدن به رقبا در مناطق دیگر امریکای لاتین ایجاد کردند. هر چند آشکار نیست که آیا توانستند حس مشارکت ملی و منطقه‌ای و پیوستگی را در میان حاشیه‌نشینان و مردم عادی برانگیزند یا نه؟ البته با توجه به نسبت بالای بی‌سوادی در دوره پس از استقلال، اندیشه تأثیر گسترده سرمایه‌داری چاپ بر جمعیت‌های ملی و ایجاد منافع مشترک در اکثریت قاطع مردم امریکای جنوبی، در معرض واکاوی دقیق‌تر و مشخص‌تر قرار گرفت.

(Giddens, 1991) مانند (Anderson, 1983) می‌اندیشد و می‌افزاید نخستین مطبوعات نقش اساسی در پر کردن شکاف‌های ناشی از دوری مناطق از یکدیگر داشتند (Giddens, 1991:25). این پدیده در نتیجه پیدایش رسانه‌های الکترونیک ابعاد جهانی یافت. ارتباطات توانست رویدادهای دوردست را به آگاهی روزانه توده‌های انبوه در مناطق دیگر تبدیل کند و آنان را در چهارچوب خواست‌های مشترک گرد آورد. این مسئله با افزایش منظم آگاهی مشترک در مورد امور مهم و روزمره مردم، که تنها به خود آنها مربوط می‌شود، پدیدار می‌گردد (Giddens, 1991: 26). جدایی میان زمان و مکان و ایجاد ارتباط میان مکان‌های مختلف در زمان و رسانه‌های واحد، ایجاد روح جمعی و رویارویی با وجود فاصله زیاد را با گستردگی و دقت، صرفاً با استفاده از کلام و تصویر، ممکن ساخته است (Giddens, 1991:27).

آیا رسانه‌ها می‌توانند جمعیت‌های ملی و جهانی را از رهگذر درنوردیدن مکان ایجاد کنند و شکل دهند؟ شاید، زیرا تکیه بر دیدگاه کارکردگرا (Functionalist) که ارتباط تعامل آرمانی میان سیاست‌ها و فرهنگ برقرار می‌کند تا به پاسخ‌های مورد اعتماد و یگانگی بخش و دست کم قانع‌کننده دست یابد، ضرورت ندارد. ملت‌هایی که با مرزبندی‌های سیاسی ناشی از جنگ‌ها، از یکدیگر دور شده‌اند و با اختلافات فرهنگی از هم جدا مانده‌اند، اما به یک زبان سخن می‌گویند و به همین علت در درون زبان خود، آنگاه که سرودهای ملی می‌خوانند و پرچم‌های خود را به اهتزاز درمی‌آورند، روح ملیت را حس می‌کنند، همچنان نخستین بنیان وحدت و هویت و یکپارچگی ملی را تداوم می‌بخشند. در حقیقت میلیون‌ها انسان اولین ادراک ملی را تجربه کردند و آنگاه مطبوعات، با ایجاد عزم مشترک با دیگر هموطنان دور و نزدیک به لحاظ جغرافیایی، حوزه‌های دیگری از احساس ملی را برای آنان گشودند. رادیو صدای آنان را به گوش یکدیگر رساند، هموطنان دور دست را فرا خواند و شنوندگان مختلف را، چونان پیوستگان به جمعیت‌های فرهنگی یگانه، مورد خطاب قرار داد. سینما افراد را در یک پرده با همسایگان دور و نزدیک پیوند داد و تلویزیون ارزش‌هایی را شکل داد که هویت و شخصیت ملی را تعیین کردند. برخی پژوهش‌ها نقش کانونی رسانه‌ها را در پیدایش و تشکیل هویت ملی توضیح می‌دهند، (برای نمونه مراجعه کنید به:

Buscomb, 1993; Cardiff & Scannell, 1987; Hayes, 1996; Vander Bulk & Van Poecke, 1996).

این «قالیچه سلیمان» فناوری ارتباطات، چنان که (Morely, 1996.b) نامیده است، نقش مهمی در گسترش وحدت ملی در سطح نمادین دارد، افراد و خانواده‌هایشان را با مرکز حیات ملی مرتبط می‌کند و برای توده مردم تصویری از خود و وطن، چونان مجموعه‌ای شناخته شده و به مثابه جهان گسترده مردمی، ارائه می‌کند: دورتر از مرزهای تنگ و عادی جغرافیایی، و دورتر از آن، تا فاصله‌ای که رسانه‌ها و فناوری می‌توانند صدا و تصویر این مردم را به آن منتقل کنند (Morley, 1996.b.328). این

قالیچه سلیمان مردم را از مرزهای سیاسی و جغرافیایی و وضعیت عادی محلی بیرون می‌برد، تا دورتر از مرزها و خواست‌هایشان، به سطح منطقه‌ای و جهانی، و خواست‌ها و آرزوها و تصمیم‌هایشان را با جامعه جهانی پیوند می‌دهد، بین جوامع ارتباط برقرار می‌کند، جهان‌های مختلف را، از طریق شبکه ارتباطات، پیوند می‌دهد، زمان را کوتاه می‌کند و قفس مکان را در هم می‌شکند.

تحول ارتباطات لزوماً به پیدایش هماهنگی فرهنگی نخواهد انجامید. زیرا جوامعی که در سطح محدودی به وسایل ارتباط جمعی و منابع و ابزارهای آن متکی هستند، می‌توانند احساس پیوستگی جمعی ایجاد کنند و آن را تداوم بخشند، اما جوامع دیگری که از نظام ارتباطی پیشرفته ملی و با سطح بالاتر برخوردار هستند نمی‌توانند فرهنگ‌های محلی را در یک فرهنگ ملی یکپارچه هضم کنند. رویدادهای کنونی نمونه‌هایی برای اثبات رابطه مستقیم و گسترده میان ارتباطات و هویت ملی ارائه می‌کند. اما استمرار هویت‌های محلی و منطقه‌ای در جوامع جهان سوم و جوامع غربی نشانه آن است که رابطه میان ارتباطات و هویت ملی کارآمد و یا دست کم کامل نیست. به نظر می‌رسد رویارویی منظم و مستمر با پیام‌هایی که در کشورهای دیگر ساخته و پرداخته می‌شود، از اهمیت تفاوت‌های محلی می‌کاهد. نزاع‌هایی که اقلیت‌های نژادی و دینی به پیش می‌برند تا خود راه خویش را برگزینند و وجود نهضت‌های ضدبیگانه (Xenophobic movement) در اروپای پس از مارکسیسم و یا حتی اشتیاق مهارناپذیر برخی جوامع در تکیه به زبان و سنت‌های خودی و مخالفت با گرایش‌ها و برنامه‌های رسمی دولت‌ها، توانایی و صلاحیت کارکرد رسانه‌های جمعی را در شکل‌دهی به فرهنگ‌های ملی با تردید روبه‌رو می‌کند. فراهم کردن پیام‌های رسانه‌ای و انتقال آنها به مناطق مختلف و پراکنده جغرافیایی و گسترش شبکه‌های انتقال و رساندن پیام به مناطق دور دست، همواره به تحکیم و استمرار هماهنگی فرهنگی نخواهد انجامید. رویدادهای جدید در اروپای شرقی نشان داد پیام‌های ارتباطی کوبنده شوروی پیشین، برای تحریک احساسات ملی و افزایش پیوستگی عمومی کافی نبوده است، زیرا فرهنگ‌های محلی و منطقه‌ای مخالف با نظام مارکسیستی گذشته تداوم یافته و همچنان زنده‌اند. گذشته از

برخی سرگردانی‌ها و خطرات برخاسته از بعضی حرکت‌های ملی‌گرایانه در جوامع باقی مانده از مارکسیسم و نیرومندی حرکت‌هایی که جایگاه خود را در اروپا مطالبه می‌کردند، تحولات اخیر این پرسش را مطرح کرد که آیا فضای ملی در دیگر کشورها درست و آرمانی است و همه بر شکل فعلی اجماع دارند؟ به هر حال در مناطق مختلف مشکلاتی وجود دارد. در مورد امریکا و بریتانیا که در هر یک هویت‌های رسمی و ملی بر اساس معادلات جنگ سرد و تحول فناوری و رهبری صنعتی و فردگرایی و استفاده از نیروی استعماری و گسترش دموکراسی لیبرال شکل گرفته است، این پرسش مطرح می‌شود که آیا هویت ملی (اگر اساساً وجود داشته باشد) هیچ جایگزینی ندارد؟ بازپیدایی فرهنگ‌های بومیان در امریکای لاتین، به رغم تحقیر آنها؛ و یا پایداری نهضت‌های مسلحانه موجود که بومی‌های مکزیکی مستقیماً از آن حمایت می‌کنند؛ همچنان توفیق تلاش‌های گذشته را در تعیین خطوط فرهنگ‌های ملی، از دیدگاه نمونه اروپایی و مرد سفید، چونان نمونه تمدنی که مخالف با سنت‌های بومیان است، با سؤال روبه‌رو می‌کند.

به رغم همه تلاش‌های قدرت‌های بزرگ برای یکسان‌سازی، هویت‌های ملی در غرب و جهان سوم همچنان زنده هستند. اگر پیام‌های نهادها و مؤسسات و بنیادهای حکومتی و دولتی برای یکسان‌سازی فرهنگی جوامع کافی بود، چگونه می‌توانستیم وجود هویت‌های جدا و مستقل را تفسیر کنیم و احساس ملیت در مردم جامائیکا، اسکاتلند، ایرلند، باسک، کشمیر، تیمور شرقی، کردها، بربرها و ... چگونه وجود داشت؟

برای نمونه مردم پرتوریکا، پس از ۹۷ سال زندگی در مجموعه‌ای با هدایت یک کشور بزرگ، قوی و دارای تاریخ و سنت‌هایی متفاوت، نشان دادند که می‌توانند راه خود را ادامه دهند و از دستگاه ارتباطی عمومی ایالات متحده، که پیام‌هایش در سطح ملی و منطقه‌ای و جهانی گسترش دارد، متفاوت باشند. اکنون روشن شده است که این رسانه‌ها ضرورتاً توانایی ایجاد مفهومی خاص و یکسان از ملیت ندارند. رسانه‌های امریکایی کوشیده‌اند هویت ملی را شکل دهند اما نتوانسته‌اند چندگانگی را از بین

بیرند، چنان که در ایجاد مفهوم یکپارچه‌ای از هویت ملی هم ناتوان بوده‌اند. پیامدهای گوناگون اجرای طرح‌های کشورسازی روشن ساخت که رسانه‌ها می‌توانند در برخی موارد در پرداخت کردن و جلا دادن حرکت‌های ملی نقش داشته باشند، اما همواره نمی‌توانند فرهنگ مشترک و احساس پیوستگی عمومی را تغذیه کنند.

برخی از پژوهشگران بازگشت ملت‌ها و نهضت‌های فرهنگی مدرن یا حتی پیش از مدرن را به مثابه روشی برای شناخت مسائل فرامدرن می‌دانند و می‌گویند هویت‌های هماهنگ و همجنس در مراحل پایانی مدرنیسم از میان خواهند رفت (برای نمونه نگاه کنید به: Smith, 1994). بازگشت کشور مستلزم آن است که این سازمان فرهنگی کهنه یا دست کم خاموش دوباره احیا شود. شاید نوشتن در مورد هویت‌های ملی به روال مارکسیست‌ها و معتقدان به پایان تاریخ و اندیشمندان پست مدرن زود هنگام باشد. کشورها به واقع از میان نرفته بودند که دوباره بازگردند. فروپاشی آنچه سوسیالیسم نامیده می‌شد، احساسات عمیق ملی‌گرایی را آشکار کرد، و روشن شد که این احساسات تحت حکومت نظامی‌گرای استالینی تداوم داشته است. آغاز نهضت‌های ملی فقط برای کسانی ناگهانی به نظر می‌آمد که می‌انگاشتند حکومت و رسانه‌ها بر همه چیز سیطره دارند و حزب واحد و ایدئولوژی تحمیلی توانسته است همه آثار هویت‌های ملی گذشته را از میان بردارد و یا گونه‌های دیگری از هویت را جایگزین ملیت کند. بنابراین نتیجه آشکار آن است که حرکت‌های ملی از میان نرفته‌اند، ملت‌ها نمرده‌اند و اقوام نیز نابود نشده‌اند. این تا حدودی به نظریه‌ای باز می‌گردد که می‌گوید زنده ماندن کشورها نتیجه برخورداری آنها از درجات بالای ملی‌گرایی سرکش است و واقع شدن در مناطق حساس جهان ملت‌ها را وا می‌دارد که برای باقی ماندن مقاومت کنند و از طریق چیره شدن بر دشمنان قوی‌تر شوند و بدین گونه به امنیت در صلح برسند و نیازشان به مقاومت برای باقی ماندن برطرف شود.

توجه به جنگ‌های درهم کوبنده ملی‌گرایانه، چنانکه در بالکان و صحرای افریقا، با پاکسازی نژادی و ملی‌گرایی بی‌مهار به درگیری‌های تند و مصیبت‌آمیز منتهی شد، جای خود را به تمرکز بر مشکلاتی داده است که در خبرها آشکار گردیده و توجه جهانیان

را برانگیخته است. اما این توجه باید شامل کشورهایی نیز باشد که به درگیری‌های کوبنده نظامی، برای تثبیت مرزهای سیاسی و فرهنگی، کشیده نشدند اما توانستند هویت‌های عمومی خود را تثبیت و نگهداری کنند. مجموعه اقدامات ملت‌ها برای تثبیت ملیت خود ایدئولوژی‌هایی را نیز که به شکل‌گیری کشور می‌انجامد فرا می‌گیرد (Billig, 1995:6). این گونه چهارچوب‌سازی نمونه‌ای برای کشور مانند نهضت‌های مسلحانه برای محافظت از ملیت و یا تندروری ملی‌گرایانه و خشونت‌هایی که به نام دفاع از سرزمین مادری و میهن‌پرستی حمام خون به راه می‌اندازد، توجه برانگیز نیست. پخش پیام‌ها و شعارها و نشانه‌های روزانه از رسانه‌ها، در یک سیاست ثابت، ملیت را به مردم یادآوری می‌کند و آن را به صورت مسئله‌ای عادی و حتی ناچیز جلوه می‌دهد (Billig, 1995:7). لذا توجه رسانه‌ها و اخبار را برنخواهد انگیزد، هر چند چنان که ملاحظه می‌شود از اهمیت موضوع کاسته نشده و پرسش در مورد وطن و هویت ملی همچنان پابرجا مانده است، چنان که پرچم در اهتزاز همراه با احساسات لجام‌گسیخته توجه بیشتری را در اخبار و حتی پژوهشگران ایجاد خواهد کرد، تا پرچمی که به طور عادی و مداوم بر فراز یک ساختمان دولتی در اهتزاز باشد، چنین پرچمی توجهی به خود جلب نخواهد کرد و کسی به آن نخواهد نگرست (Billig, 1995:8).

آیا ارتباطات ملی، و محتواها و فناوری و صنعت ارتباطات، به ایجاد فرهنگ‌های فرامرزی و فراملی خواهد انجامید؟ در این مورد تردیدهای مشابهی وجود دارد. بسیاری از دیدگاه‌ها به این نتیجه منتهی می‌شود که ارتباطات جهانی مرزهای مشخص فرهنگ‌های ملی را دوباره ترسیم خواهد کرد و نقشه‌های فرهنگی و مرزهای خاص ملی یا محلی را تضعیف و یا حتی بی‌فایده خواهد نمود (Gupta & Forguson, 1992).

جهانی شدن، چنان که می‌دانیم، فشار بر زمان و در هم نوردیدن مکان و کاستن فاصله‌ها و گذر از مرزهای ملی است و گویا این ویژگی اصلی جهان کنونی است (برای نمونه نگاه کنید به: سنووالطراح، ۲۰۰۲ و Giddens, 1991). ارتباطات الکترونیک جهانی نیز به گونه‌ای گسترش نخستین اقدامات برای کنترل فاصله‌ها و مکان‌های

جغرافیایی است تا جهانیان را به فرمان آورد و حکومت بر آنان را ممکن و آسان سازد. اقداماتی که اکنون برای جهانی‌سازی ارتباطات الکترونیک انجام می‌شود بر همین اساس است و به همین نتایج نیز خواهد رسید؛ شکل‌دهی به بیشترین جمعیت‌های فرهنگی جهانی در مقابل نمونه‌های محلی آن. فناوری‌های جدید ارتباطی می‌توانند هویت را از وابستگی به مکان برهاند و بر فراز مرزهای فرهنگی و سیاسی پرواز کنند، احساس ضعیف وابستگی محلی و ملی را باز هم کاهش دهند، آن را در هم شکنند و هویتی آزاد از مکان شکل دهند و احساس دل‌بستگی به مکان را کاهش دهند.

این تحلیل در بررسی امپریالیسم فرهنگی رخ می‌نماید که جهانی شدن را بر بنیان افزایش منابع ارتباطی در جهان پیچیده کنونی می‌داند و رسانه را آموزگار فعال مخاطبان در سراسر جهان تلقی می‌کند، زیرا تبلیغات غربی و پیام‌های ارسالی، فرهنگ مصرفی را به پیش می‌برد و ارزش‌های غربی تغذیه شده از هویت‌های ملی را می‌گسترده

(Schiller, 1991). وجود گروه‌ها و جمعیت‌های جهانی که از طریق نظام‌های روزانه مصرفی، مانند «جوانان جهانی»، «رفاه جهانی»، «فرهنگ جهانی» و «تمدن جهانی» شناخته می‌شوند، توانایی رسانه‌ها را در دستیابی به گوشه و کنار جهان و شکل دادن به فرهنگ‌های مختلف و زندگی مخاطبان و نظم زندگی و غذا خوردن و لباس پوشیدن آنان در بخش‌های مختلف جهان نشان می‌دهد و این شکل‌گیری هویت‌های فراملی را برمی‌انگیزد و با عنوان «ذائقه فرهنگی» شناخته می‌شود. تلاش می‌شود این ذائقه از مرزهای جغرافیایی و ملی و فرهنگی و فکری بگذرد به یکپارچگی منتهی شود و «ذائقه جهانی» برای مصرف را شکل دهد.

به رغم اختلاف‌های آشکار، تحلیل امپریالیسم فرهنگی با اندیشه‌های پست مدرن در تأکید بر فروپاشی هویت‌های ملی و پیدایی فرهنگ‌های فراملی نزدیک است. هر چند فرهنگ امپریالیستی بر این باور است که با فعالیت مؤثر رسانه‌های جمعی ویژگی‌های فرهنگی و خواص ملی از میان خواهد رفت و جریان پست مدرن می‌اندیشد که فرهنگ‌های ملی بسیار و پاره پاره خواهند شد.

چنان که امپریالیسم فرهنگی جریان ارتباطی یکسویه و نفوذ بی ضابطه اطلاعات را از طریق رسانه‌ها دنبال می‌کند، اندیشه پست مدرن نیز بر شکست قالب‌های فرهنگی موجود و ارائه الگوهای یگانه فرهنگی تأکید می‌نماید. اختلاف اساسی در این واقعیت نهفته است که اندیشه پست مدرن جهانی‌سازی ارتباطات را نه از باب گردآوری و انبوه کردن و افزایش نفوذ و ایجاد تشکل‌های مرتبط با صنعت ارتباطات، بلکه از طریق نقش اساسی آن در گذر از دو عامل زمان و مکان می‌نگرد، زیرا تحولات فناوری مرزهای مکان و مسائل اجتماعی و نظام‌ها و صورت‌بندی آنها را تغییر داده است.

همین نکته جریان افراطی حامی فناوری را شکل داده است. گروه‌هایی که به لحاظ مکانی از یکدیگر دور بودند به تشکیل جمعیت‌هایی پرداختند و روابط اجتماعی میان گروه‌های فراملی و فرامحلی را توسعه دادند و این پیشرفت و افزایش روابط اجتماعی تنها از طریق فناوری و پیام‌های رسانه‌ای میسر شد. فشار بر دو عامل زمان و مکان آگاهی تازه‌ای را پدید آورد، زیرا رابطه مرز و هویت از هم گسسته شد و این دو از هم دور شدند (Harvy, 1989; Meyrowitz, 1985; Bauman, 1992; Calhorn, 1997).

در دیدگاه جریان پست مدرن، آنچه اعتبار ملیت را می‌کاهد و نمی‌توان آن را در مرزهای جغرافیایی محدود و بسته دانست، ریشه در این حقیقت دارد که ارتباطات شأن زمان را به مثابه ظرف و در برگیرنده و یکپارچه‌کننده ملیت کاهش داده است. تداوم هویت‌های گوناگون فراملی به روشنی نشان داده است که ارتباطات جهانی در چهارچوب جهانی شدن تعریف هویت‌ها و نظم حیات را تغییر می‌دهند و از مرزها و هویت ملی درمی‌گذرند. هویت ملی که با جدیت شکل گرفت و بر اساس چهارچوب کشوری سازمان‌دهی شد با اهتمامی مانده از گذشته و شرایط تاریخی ناهمسان و همچون نشانه‌ای از نشانه‌ها و یکی از دستاوردهای تجددگرایی محسوب می‌شود. این هویت‌ها در نتیجه تحولات فرهنگی و رسانه‌ای راه نابودی را می‌پیمایند. پایان تجددگرایی و پیدایش چندفرهنگی دستیابی به فرهنگ‌های یکپارچه ملی را ناممکن ساخته است. هماهنگی فرهنگی چونان کمال تجددگرایی جامه واقعیت دربر می‌کند و در نتیجه نفوذ همه‌گیر و پی در پی اطلاعات، که مرزها را درمی‌نوردد، اجرای این طرح

را ناممکن می‌سازد و دشواری‌های پیش آمده مرزهای فرهنگی را کاملاً مسدود می‌کند. سناریوی پایان تاریخ از دسته کارهای پراکنندگی آور و فعالیت‌های گریز از مرکز، بحران فرهنگی عصر تجدد را نشان می‌دهد و گویای پایان آن است، چنان که ملیت نیز یکی از نمونه‌ها و پیامدهای آن است. مفهوم نوگرایانه گروه‌ها و جمعیت‌های ملی، به مثابه کلیت فرهنگی پیشرونده، که استمرار یافته و در گذر زمان پایدار مانده و همواره با ویژگی‌های گذرا و ناپایدار فرهنگ ملی درگیر بوده است، تلقی می‌شود. نتیجه این که وجود جهانی رسانه‌های غربی به وحدت فرهنگی - از هر نوع - منتهی نشده و هیچ گونه یکسانی و همسانی فرهنگی نیز به وجود نیامده است. اما جریان پست مدرن گونه‌گونی و پاره‌پارگی هویت‌ها را با خوشبینی و رضایت می‌نگرد. گذشته از اختلاف نظرها میان اندیشه‌های پست مدرن و امپریالیسم فرهنگی، هر دو برای فناوری ارتباطات نقش اساسی در شکل‌گیری مرزهای فرهنگی در نظر می‌گیرند. آنان با این دیدگاه به نزاع‌های برپا شده بر سر فناوری ارتباطات و پیامدهای آن بر توسعه فرهنگی پایان دادند. با آمیختگی دستیابی آسان به اطلاعات و تداوم مخالفت با هویت و آثار آن بر هویت و شکل‌گیری آن، به نتیجه‌گیری مهمی در مورد آثار فرهنگی برآمده از فناوری می‌رسیم؛ گسترش ملی و جهانی فناوری ارتباطات و توسعه و بهره‌گیری فراوان از آن، پیامدهای تعیین‌کننده‌ای بر شکل‌گیری هویت ملی و جهانی دارد. پیشرفت فناوری ارتباطات بروز و تبلور آگاهی تازه را آسان می‌کند، به تعبیر دیگر شناخت ارتباطات اجتماعی در هویت‌های ملی و فراملی تبلور می‌یابد و رسانه‌های ارتباطی آگاهی‌های تازه‌ای را در مورد مکان‌های جدید و جهان‌های دور ارائه می‌دهند که به پیدایش آگاهی فرهنگی و شناخت فرهنگی جدید می‌انجامد (Mcluhan, 1994).

ارتباطات و جوامع مجازی

بنابراین می‌توان در این نتیجه‌گیری تردید کرد که فراملی بودن رسانه‌ها به لحاظ اقتصادی می‌تواند به هماهنگی و یکپارچگی فرهنگی منتهی شود و راهی فراتر از اختلافاتی که ریشه در فرهنگ‌های محلی و ملی دارد باز کند. بسیاری از شواهد تسلط فرهنگ غربی و رسانه‌های غربی را در آنچه دهکده جهانی نامیده می‌شود به خوبی

آشکار می‌کنند. نشانه‌های بازرگانی که همواره در کالاهای مصرفی جهان‌گستر و فرآورده‌های فرهنگی مراکز غربی دیده می‌شود حاکی از آن است محصولات فرهنگی در مرزهای محلی و ملی باقی نمانده‌اند. دستیابی به نهادهای رسانه‌ای برای دریافت محصولات فرهنگی به سرعت امکان‌پذیر است، اما روشن نیست که چه نوع گروه‌ها و یا جمعیت‌هایی در نتیجه وجود مارک‌های تجاری جهانی و یا استفاده از محصولات هالیوود به وجود می‌آیند. تلویزیون‌های جهانی نمی‌توانند نمونه‌های فرهنگ دالاس (Dallasfication) را به همه جای جهان تعمیم دهند اما در برابر می‌توانند انگیزه پدیده‌های فرهنگی پیچیده باشند، چنان که می‌توانند انگیزه‌ای برای باز تأکید بر هویت‌های فرهنگی محلی و دل بستن به آن باشند (Ang, 1991; Liebes & Katz, 1990). چنان که گسترش نشان تجاری رستوران‌های (Mc Donald's) در همه جهان به تعمیم الگوی فرهنگی اجتماعی این رستوران‌ها در جهان و جهانی شدن آن (Mc Donaldization) نینجامیده است، بلکه ارزش‌های گونه‌گونی پدید آورده چنان که برخی را به پافشاری بر فرهنگ ملی و نگهداری از آن واداشته است (Guibernau, 1996).

گفتنی است تبلیغات بازرگانی در اروپای پس از مارکسیسم بسیار جاذب و جالب توجه بوده است اما در هنگامه دشواری‌های مداوم اقتصادی، فرهنگ‌های محلی که حامل ویژگی‌های جوامع و خصوصیات آرمانی محلی و آثار آن است، باقی مانده‌اند (James, 1995).

جهانی شدن صنعت و مارک‌های تجاری جهانی نمی‌تواند فرهنگ‌ها را تحقیر کند و به هماهنگی فرهنگی میان ملت‌ها نیز نخواهد انجامید، بلکه در توسعه کاتالوگ یا دفترچه معرفی شرکت‌های شش‌گانه، که بر بازارهای جهانی سیطره دارند، نقش دارد (Burnett, 1996). وجود و تداوم هویت‌های محلی همراه با طرح‌های ملی و ثبات هویت‌های ملی است که رودرروی تهاجم رسانه‌های جهانی ایستاده است و رابطه میان ارتباطات و هویت‌های فرهنگی آشکارا پیچیده‌تر از آن است که طرفداران گرایش‌های رسانه محور تصور می‌کنند. اگر بپذیریم که رسانه‌ها در ایجاد ساختار و شکل‌دهی به

آگاهی ملی نقش فعال دارند، باید ببینیم چرا چنین برخوردی با ملیت تداوم دارد و اینجا و آنجا مورد تشکیک قرار می‌گیرد؟ چرا حتی به لحاظ نظری دشوار و یا حتی محال می‌نماید که جوامع کنونی در مورد عوامل شناسایی و توجه برانگیز فرهنگ‌های ملی آنان به اجماع دست یابند؟ اگر ارتباطات ملی ضرورتاً هویت‌های فراملی نمی‌سازند، آیا این قابل پذیرش است که گفته شود ارتباطات ملی ضرورتاً به شکل‌گیری و ساخت هویت‌های ملی می‌انجامد؟ اگر فرآورده‌های صنایع سمعی - بصری جهانی، با ویژگی‌های فرهنگی کشورهای دریافت‌کننده، که این محصولات برایشان فرستاده می‌شود ناسازگار است، آیا چاپ و رسانه‌های ارتباطی بر ضد زبان‌ها و سنت‌ها و ارزش‌ها و دین‌های آنان در عمق خانه دولت - ملت آنان راه نمی‌یابد؟ اگر چنان که گفته می‌شود وسایل ارتباطی ملی در از میان بردن اختلاف‌ها و یگانه‌سازی فرهنگ ملی کارآمد هستند، چرا رسانه‌های غربی نمی‌توانند تفاوت‌ها و اختلاف‌های ملی را از میان بردارند و آنها را در یک فرهنگ یکپارچه گرد آورند و همانند سازند؟ چرا ارتباطات - چنان که برمی‌آید - در برخی موارد چونان ابزار ملیت‌کارایی دارند اما در بعضی موارد دیگر از دستیابی به تکامل فرهنگی ناتوانند؟ آیا درست است که ارتباطات جهانی و ملی و فرهنگ‌های ملی و محلی را با یکدیگر مقایسه کنیم؟ یا این که هر یک در جای خود درست هستند و انکار آنها مستلزم تناقض خواهد بود.

مشکل اساسی رویکردهای مبتنی بر فناوری در شکل دادن به مرزهای فرهنگی این است: توازن آمادگی ارتباطی و فعالیت رسانه‌ها با استفاده از احساسات مشترک گروه‌ها و جمعیت‌های فرهنگی. بنابراین آگاهی از رویدادهای دور دست، مکان‌های دور و فرهنگ‌های مختلف، که با استفاده از ارتباطات آسان شده است، لزوماً به تشکیل جمعیت‌ها و حتی نقش داشتن در شکل‌گیری آنها یا ساختن هویت ملی و یا فراملی نخواهد انجامید. این اشکال برآمده از آمیختن آگاهی و هویت در شکل‌گیری مجموعه‌ای است که رسانه‌های پیشرفته در اختیار دارند، با مجموعه دیگری که در احساس یگانگی فرهنگی شریکند. مردم اعم از شنوندگان، خوانندگان و بینندگان با کسانی که از آنان دورند، در دستیابی به پیام‌های رسانه‌ای اشتراک دارند و از طریق

رسانه‌ها در جریان رویدادها قرار می‌گیرند و به این آگاهی می‌رسند که هزاران تماشاگر دیگر، و حتی میلیون‌ها بیننده، همان تصویرها را مشاهده می‌کنند و از همان پیام‌ها استفاده می‌کنند، یا همان روزنامه‌ها را که از محیط مستقیم آنها دور است می‌خوانند. این آگاهی، احساس هویت و دلبستگی را در میان آنان می‌گسترده، هر چند این هویت‌سازی را نمی‌توان تنها به این آگاهی نسبت داد.

ارتباطات، پیوستگی را در میان مردم می‌گسترده و آمادگی لازم را ایجاد می‌کند، تا به جمعیت‌ها و گروه‌های بزرگ‌تر پیوندند و در توده‌های انبوه‌تر مشارکت یابند. نپذیرفتن اندیشه‌ای که معتقد است فناوری ارتباطات افق‌های همگرایی محلی و جهانی را باز می‌کند، کوتاه نظری است اما این فناوری گونه‌های تازه‌ای از هویت‌سازی یا تجمعات بشری را ایجاد نخواهد کرد.

هویت و ارتباط

مشکل زمانی پدید می‌آید که ارتباطات را نسبت به هویت در اولویت بدانیم. اگر بپرسیم ارتباطات چه تأثیری بر ساخت هویت دارد، پاسخ چنان که انتظار می‌رود بر دستاوردهای مثبت ارتباطات و نقش اکتشافی و «تشویق‌کنندگی» تأکید خواهد داشت، اگر این عبارت در سازمان فرهنگی درست باشد، عجیب نیست که دیدگاه الگویی برآمده از ارتباطات نیز در تحلیل و کاهش احساس نسبت به مکان و بنای جمعیت‌های فرهنگی وابسته به جغرافیا توانمند و کارآمد باشد. این بخش از نتایج شناخت هویت ارتباطات از طریق فناوری ارتباطات به جای شناخت مفهوم اقدامات مختلف و درست ارتباطی است که به شکل‌گیری هویت می‌انجامد، این نکته نشان دهنده نظریه پخش و ارسال در ارتباطات است، چنان که (Carey, 1987) می‌گوید، و نه دیدگاه ارتباطات چونان تعهد و کارکرد.

با توجه به این نمونه، فناوری ارتباطات چونان پدیده‌های مستقل نیروهای زنده و مشخص هستند در حالی که فرهنگ و هویت، که با ارتباطات تعامل و تأثیر متقابل دارند، پدیده‌های وابسته‌اند. فناوری ارتباطات نیروهای تأثیرگذار و کارآمد هستند و

هویت‌ها نیز نتیجه و اثر، که فناوری ارتباط سازنده و تعدیل‌کننده آنهاست (Morley & Robions 1995, 71).

نگرانی هنگامی رخ می‌نماید که اطلاعات ملی یا جهانی برای اکثریت قاطع در تشکیل گروه‌ها و یا جمعیت‌ها تبلور می‌یابد، مجموعه‌هایی که یا با مجموعه‌های موجود دیگر توافق و سازگاری دارند، یا به گونه‌ای پدیدار می‌شوند که پیش‌تر در ساختارهای هویت وجود داشته‌اند. اهمیت گونه‌های مختلف ارتباطات در شکل‌دهی به سطوح وسیع‌تری از هویت‌های اجتماعی آشکار است و نیاز به تأکید ندارد. اگر هدف دریافت چگونگی شکل‌گیری فرهنگ‌های ملی و فراملی باشد، نمی‌توان ارتباطات را هم‌کنش‌های واسطه‌ای (Mediated Interaction) دانست. اگر ساختن یا بازسازی فرهنگ‌ها نیازمند روندهای ارتباطی (Communicative Processes) باشد سودمندتر خواهد بود، زیرا مفاهیمی پیرامون ساخت هویت شکل خواهد گرفت که زنجیره‌ای از تمرین‌های ارتباطی را دربردارد و مکان‌های مجازی و احساس‌های همگرایی یا واگرایی را بنیاد خواهد گذاشت.

به این ترتیب مفهوم مکان به گونه‌های مختلف درک خواهد شد و منحصر در مکان جغرافیایی نخواهد بود که فناوری ارتباطات آن را درنوردد، بلکه به مثابه ساختار فرهنگی ثمربخش (یا بی‌ثمر) است که عامل بازدارنده‌ای در برابر ارتباطات نخواهد بود. مفهوم مکان مشکلی است بسیار پیچیده‌تر از آنچه ارتباطات از هویت‌های فرهنگی می‌شناسد.

یکی از مفسران مهم پست مدرن (Harvey, 1993:26) بر شناخت مشکل مکان و تمرکز بر مفهوم و ویژگی‌های جامعه و وطن و مکان تأکید می‌کند. اما (Agnew, 1987) با استفاده از جدا کردن مفاهیم محلی (مجموعه روابط اجتماعی) و مکانی (اقدامات اقتصادی و اجتماعی) و احساس مکان (احساس پیچیده محلی)، می‌کوشد جایگزینی ارائه دهد. این مکان‌ها از یکدیگر جدا هستند و لزوماً متداخل نخواهند بود. مکان اقدامات مربوط به ساختار اجتماعی را نشان می‌دهد که محلی به واسطه آن با استفاده از حس مکان به مکانی تبدیل می‌شود، بنابراین بنا به نظر

(Agnew, 1987) نباید مکان را به تنهایی و چونان بازدارنده‌ای در برابر ارتباطات و ساخت هویت باز شناخت که با استفاده از فناوری ارتباطات می‌توان آن را درنوردید. بر اساس مفاهیم اصلی ارتباطات در حوزه مرزها و مانع‌های ملی و جهانی، مکان محلی در نظر گرفته می‌شود، مکان جغرافیایی که از تبدلات ارتباطی جلوگیری می‌کند، یا در نتیجه نشر فناوری اطلاعات آن را پر حجم می‌سازد، و مکان در احساس صرف از مکان یافت نمی‌شود. این تنها در ضمن بحث و جدل‌های منطقی و طرح‌های نظری و تخیل جمعی است که می‌توان معنی فرهنگی را در مکان‌ها بنا کرد. از این رو باید در مورد فعالیت‌های پیرامون ساخت روابط اجتماعی و هویت‌های فرهنگی، که دربردارنده حوادث دور و نزدیک هستند، به بررسی پرداخت.

رابطه میان ارتباطات و هویت و مکان را باید در چهارچوب ساختار فرهنگی بررسی کرد و فناوری را نیز به مثابه بخشی از اقداماتی در نظر گرفت که برای ساخت این مجموعه انجام می‌شود، نه عامل بازدارنده در برابر افسونی که گونه‌های تازه‌ای از آگاهی را می‌گشاید و چهارچوب هویت را تبیین می‌کند. بنابراین رسانه‌ها می‌توانند نقش اساسی برعهده گیرند، هرچند می‌توانند به مثابه ابزاری در جهت بنیان‌گذاری ارتباطات عمومی فعالیت کنند. اکنون پرسش می‌تواند چنین باشد: چگونه می‌توان تصور کرد هویت‌ها بخشی از اقدامات بیشتر در شناخت تعریف فرهنگ باشند؟ این نوشتار در بخش پایانی می‌کوشد در چهارچوب جهانی شدن ارتباطات و ساخت هویت به این موضوع بپردازد.

ارتباطات و هویت اقلیمی

زبان مشترک، گذشته مشترک، دین واحد و سنت مشترک عناصر مهمی هستند که به جمعیت‌ها و گروه‌ها کمک می‌کنند تا به وجود آیند و ثبات و تداوم داشته باشند، چنان که از نمادهای مهم وحدت ملی و هویت ملی و هویت‌های فرهنگی جمعی هستند (Waisbord, 1998). پرسش‌های زیر برخی اشکالات مربوط به هویت و ارتباطات را مطرح می‌کنند.

- آیا پیشرفت اقتصادی همراه با ارتباطات و محتواهای آن مانند اخبار و تصویرهای تولید و پخش شده منطقه‌ای پیوستگی اقلیمی پدید خواهد آورد؟ آیا عضویت مردم در جمعیت‌های مجازی (Imagined Communities) از طریق استفاده روزانه از رسانه‌ها، چنان که (Anderson, 1983) و (Giddens, 1991) می‌گویند، آگاهی تازه‌ای پدید خواهد آورد؟ آیا می‌توان انتظار داشت جهانی شدن اقتصاد و جهانی شدن ارتباطات مرکزیت مکان را در شکل‌گیری هویت‌های جوامع و جمعیت‌های انسانی دستخوش دگرگونی‌های ژرف کند؟ گاه رشد و توسعه منطقه‌ای با وجود پشتیبانی سیاست‌های اقتصادی و تحول ارتباطات، حتی با پیشینه‌های مشترک برای شکل‌گیری هویت فراملی، که بتواند احساسات ملی و دگرگونی‌ها را تمرکز بخشد، کافی نیست، روشن است که نمی‌توان انتظار زیادی از رسانه‌های دیداری و شنیداری در مورد تأثیرگذاری بر هویت در محیط فراملی داشت (Schlesinger, 1994: 46). تأکید بر این که وجود رسانه‌های فرامرزی بازتعریف مرزهای فرهنگی را اجتناب‌ناپذیر می‌کند، از پیچیدگی مسئله شکل‌گیری هویت می‌کاهد و موضوع ساختار هویت‌های فرهنگی را به پرسشی در حوزه ارتباطات تبدیل می‌کند. پس از بررسی موضوع هویت، باید در این مسئله کاوش کرد که چگونه شهروندان می‌توانند روابط فرهنگی را بشناسند و از آن مراقبت کنند. مسئله اساسی در این مورد این است که هویت‌ها در چهارچوب روابط و ارتباطات انسانی و اجتماعی بنیاد گذاشته شوند و نه بیرون از آنها (Schlesinger, 1996: 32). فعالیت‌های ارتباطی چنان که (Mokros & Deetz, 1996: 32) می‌گویند در میان کنشگران آن و محیطی که ارتباط در آن برقرار می‌شود، شکل می‌گیرد. بنابراین

هویت‌های ملی مانند هویت‌های فراملی نیازمند کار مستمر هستند؛ کار بنیان‌گذاری و شکل‌دهی. البته وقتی مفهوم ارتباطات را به مثابه اطلاعات در نظر بگیریم وضع دگرگون می‌شود، این مفهوم به دیدگاه‌های یکسان و تثبیت‌کننده اشاره دارد، زیرا فرهنگ‌های ملی و جهانی آنگاه رشد می‌کنند که رسانه‌ها اطلاع‌رسانی کنند و مباحثه‌ها و گفتگوها را با افراد چنان اعضای یک مجموعه فرهنگی پخش کنند. بر اساس نیرومندی یا ناتوانی ملیت و بنا بر ادبیات گسترده‌ای که پشتوانه فعالیت‌های نهادهای گذشته را برای ژرفا بخشیدن به روابط مجموعه‌های ملی تأمین می‌کند، روشن می‌شود که نقش ارتباطات زنده و مهم به مثابه بنیان‌گذار و ایجادکننده بیش از آن است که تنها اطلاع‌رسانی را تداوم بخشد و این در هویت‌های ملی اثربخش است.

به نظر می‌رسد تطبیق چنین حالتی بر هویت‌های فراملی دشوار باشد. جهانی شدن ارتباطات جمعی همراه با گسترش بازارهای جهانی، توزیع جهانی اطلاعات را پر حجم و بزرگ کرده است. دانستن این که فناوری اطلاع‌رسانی و ارتباطات امکان دستیابی به دوردست را فراهم کرده موضوعی مهم است، هر چند کافی نیست؛ اگر در نیابیم که هویت‌های جهانی و فراملی چگونه شکل می‌گیرند. ارتباطات و فناوری اطلاعات فاصله‌ها را نزدیک می‌کنند، شکاف‌های موجود میان آنها را پر می‌کنند، مجموعه‌ها را به هم می‌پیوندند و به رشد آگاهی جدید کمک می‌کنند، اما شکل‌گیری هویت بیش از این طلب می‌کند؛ اقداماتی پیچیده برای صورت‌بندی فرهنگی. بنابراین تفسیر موقعیت ارتباطات، به مثابه واسطه، بخشی از فعالیت‌های فرهنگی و سیاسی گسترده‌تر است، که بررسی و جایگزینی آن به جای این دیدگاه، که هویت‌های فرهنگی تنها نتیجه تحولات ارتباطی است، باید مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گیرد (Martin-Barbero, 1995).

کار پیوسته بنیان‌گذاری، هویت‌های ملی و محلی را در جهانی که به سرعت به سوی جهانی شدن پیش می‌رود، نگهداری خواهد کرد. فقدان طرح‌های سیاسی - فرهنگی که هویت‌های فراملی را تغذیه و حفظ می‌کند و تداوم حالت شهروندی، به مثابه پیوستگی فرهنگی و سیاسی به دولت - کشور، وجه حقیقی هویت‌های ملی متفاوت از هویت‌های فراقومی را - که شاهد پیدایش ناگهانی و شتابان آن هستیم - نشان می‌دهد.

کارکرد فرهنگ‌های ملی و فرهنگ‌های فراملی

تحلیل (Schudson, 1989) در مورد چگونگی کارکرد فرهنگ، آگاهی‌های مهمی در خصوص تبدیل رابطه موجود میان ارتباطات و فضا و مکان و هویت را به دیدگاه تحلیلی در مورد کارکرد هویت و دریافت شیوه‌های کارایی تصویرهای ارتباطی در ساخت احساس‌های مکانی ارائه می‌دهد. به نظر می‌رسد (Schudson, 1989) در اندیشه اقداماتی است که به نقش‌آفرینی فرهنگ می‌انجامد. نیرومندی فرهنگ در قدرت احیا و تأثیر آشکار و گنجینه تاریخی اثربخش آن در بنای هویت در سطح ملی و فراملی نهفته است. نیروی احیا حکایت از چگونگی فراآوری اندیشه‌ها، سنت‌ها و دستاوردهای انسانی برای استفاده مردم دارد. نظام‌های تربیتی در سوق دادن مردم به مجموعه ارزش‌ها و معیارها و وظایف ملی نقش دارند و ارتباطات جهانی کالاها و مارک‌های بازرگانی را از آن سوی مرز به داخل خانه‌ها می‌فرستند.

اهمیت این اقدامات تنها در این نیست که برخی از الگوهای فرهنگی را احیا می‌کنند، بلکه برخی از فرهنگ‌های پنهان یا غیرمجاز و حتی بد را نیز برای دیگران پدیدار می‌سازند. طرح‌های رسمی و نزاع‌های سیاسی و تبلیغات بازرگانی برخی از پدیده‌های فرهنگی را پیش روی توده‌ها قرار می‌دهند، مانند گزینش‌های جهت‌دار و خاصی که سیاستمداران و یا صاحبان منافع انجام می‌دهند و یا مانند منافع بازرگانان و دولتمردان و سرمایه‌داران و امثال آنها. این طرح‌های رسمی ممکن است نشان‌دهنده و گویای هویت‌ها نباشند اما الگوهای ناتمام و پاره پاره‌ای ارائه می‌دهند که چه منشأ پذیرش و عمل قرار گیرد یا نه، برای برپا داشتن مرزهای فرهنگی مرجعیت می‌یابند. اما بازآفرینی چیزی است که تحلیل معیاری پیرامون فرهنگ‌های منطقه‌ای و جهانی به آن بازمی‌گردد: ارتباطات فراملی نمونه‌های خاصی از رفتارهای مصرفی آشنا و پذیرفتنی را برای ملل گوناگون باز می‌آفریند و مارک‌های بازرگانی و کالاهای جهانی را تبلیغ می‌کند و زمینه پذیرش آنها را به لحاظ محلی و جهانی فراهم می‌کند، در نتیجه گروه‌های مختلف انسانی را پیرامون آن گرد می‌آورد و در ارزش‌گذاری و ارزیابی و

مصرف آن کالاها یگانگی می‌بخشد. از جمله می‌توان به موسیقی پاپ یا فیلم‌های هالیوود و ستاره‌های آن اشاره کرد. در فضای جهانی بازارهای ارتباطات لیبرالیسم، دستاوردها و اختراعات فناورانه و شبکه‌های گسترده جهانی ارتباطات، برای همگان آسان است که به لحاظ بنیانی هر پدیده‌ای از پدیده‌های فرهنگی را از میان فرهنگ‌های ملت‌ها بازآفرینی کنند، به ویژه فرهنگ تکثرگرای غربی که امتیاز آن دستیابی آسان است. تبلیغات بازرگانی جهانی و تلویزیون و بخش‌های خبری و دیگر محصولات فرهنگی، فرهنگ‌های ملی و جهانی و نزدیک و دور را در معرض برخورد نزدیک و تعامل مستقیم قرار داده است و بدین گونه زیستگاه‌های فرهنگی ایجاد می‌کند و با آن فرهنگ‌های بیگانه را - که پیش‌تر دست‌نیافتنی می‌نمود - به فرهنگ‌های عادی و حتی مبتذل تبدیل می‌کند که بازآفرینی و حتی دستیابی به آنتن‌ها با مراجعه به CNN، Cable News یا حتی با بازدید رستوران‌هایی مانند KFC و Kentucky Fried Chicken و مشاهده ایستگاه Music Television (MTV) امکان‌پذیر است. این ارتباطات در همه جا، در هر زمان و در همه جهان جریان دارد.

در برابر، دشواری‌های کنونی که محصولات فرهنگی در گوشه و کنار جهان در رقابت با نیروهای بزرگ جهانی با آن مواجهند، زنگ خطر را برای کشورها، به ویژه در مواردی که در ارتباطات محلی ناتوان و درمانده هستند و فرهنگ‌های ملی و محلی آنها تأثیرگذار نیست و قدرت بازآفرینی اندکی دارند، به صدا درمی‌آورد. این مسئله شیخ اختلاط فرهنگی را فربه می‌کند و به پنهان کردن گونه‌گونی در دنیای جهانی شده کمک می‌کند (Rieff, 1993; Stephens, 1993; Radcliffe, 1998, Billig, 1995). از آنجا که جهانی شدن ارتباطات با محدودیت‌هایی روبه‌روست، بازآفرینی فرهنگ‌های فرا ملی نیز کاهش می‌یابد و این نکته توجه طبقات متوسط و بالا را جلب می‌کند و آنان را بیش از دیگران تحت تأثیر قرار می‌دهد.

اما بازآفرینی لزوماً به معنای ادغام شدن نیست (Schudson, 1989). اگر اندیشه‌ها و اشکال با مبانی و باورهای رایج همساز نباشد، نمی‌توان انتظار داشت در ساخت هویت‌های فرهنگی قابل ادغام و پذیرفتنی باشد. مردم این افکار و تصویرها را در پیوند

با خود نمی‌دانند و بیرون از چهارچوب خواست‌ها و فرهنگ خاص ملی خود تلقی می‌کنند. چون این اندیشه‌ها و تصویرها با زندگی واقعی مردم به لحاظ محلی و ملی سر و کاری ندارد، تنها در سطح اشاره‌هایی در ذهن مردم باقی خواهد ماند، بنابراین برنامه‌های محلی همچنان اقبال مردمی بیشتری دارند، هر چند برنامه‌های بیگانه به همه کشورها به آسانی راه یافته و منتشر شده است. برای مثال در آرژانتین، شبکه اخبار محلی بیشترین بیننده را دارد (Ricciardi, 1995)، مالکیت این شبکه که به پخش اخبار محلی در زمینه‌های گوناگون سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و لایه‌های مختلف اجتماعی می‌پردازد و برنامه‌های ویژه‌ای برای کودکان و زنان دارد، در اختیار شهروندان است. ارتباطات مردم را به یکدیگر نزدیک می‌کند و به بیان احساسات و مسائل مشترک آنان می‌پردازد اما گاه به جای نقاط مشترک اختلافات فرهنگی را آشکار می‌کند (Featherstone, 1992). جریان رسانه‌های محلی و منطقه‌ای و جهانی گاه در مشخص

کردن تفاوت‌ها و واقعی‌تر و شدیدتر و آشکارتر کردن آنها به لحاظ هویت‌های ملی نقش دارند؛ به جای آن که فرهنگ‌های مختلف اعم از جهانی و حتی محلی را به هم نزدیک کنند و تفاوت‌های موجود در بین آنها را بپوشانند و فرهنگ مشترک بنا کنند. نمی‌توان به آسانی ادعا کرد که ارتباطات ملی یا فراملی ممکن است با هم هماهنگ شوند، شاید بتوان آنچه را (Cunningham & Jacka, 1994) می‌گویند پذیرفت که موفقیت‌های برخی مجموعه‌های تلویزیونی امریکایی از جمله *The Young*، *Dallas*، *The Restless* و *Falcon Crest* مرهون برخورداری از برخی مفاهیم، ارزش‌ها و کارهای مورد قبول محلی در اینجا و آنجا و در نتیجه هماهنگی با فرهنگ‌های مختلف بوده است (Miller, 1992).

حتی اگر اندیشه‌های تازه با افکار موجود هماهنگ باشند، نیروی فرهنگ بستگی به توانایی خاطره نهادی شده (Institutional retention) دارد و متوقف بر آن است و بدین گونه ارتباطات جهانی می‌تواند مکان را درنوردد و فرهنگ‌های بیگانه را قابل بازآفرینی کند. ارتباطات جهانی اگر محتوای متناسب با نهادسازی اجتماعی و توانایی هماهنگی با فرهنگ‌های نهادی محلی نداشته باشد، قدرت فرهنگی خود را از دست

خواهد داد. این نکته آشکار می‌نماید که اگر فرهنگ‌ها نتوانند نهادهای محلی بیافرینند (Schudson, 1989:171) فرهنگ عمومی مردم به زمینه مناسبی برای ارتباطات جهانی تبدیل خواهد شد.

اینک برخی پرسش‌ها رخ می‌نماید: نهادها و نظام‌های اجتماعی مانند نهادهای تربیتی یا اجتماعی که می‌توانند فرهنگ‌های فراملی را حفظ و تقویت کنند کدامند؟ سازمان‌هایی که می‌توانند روند پذیرش و اعتماد و تعمیق فرهنگ‌های دیگر اعم از ملی، منطقه‌ای و جهانی را مدیریت و تقویت کنند کدامند؟ اگر دولت - ملت نقش خود را به مثابه فرصت حیاتی ایجاد ارتباطات سیاسی و تعامل‌های اجتماعی حفظ کند، این نیرو در مدیریت و تسلط بر فعالیت نهادسازی اسطوره‌هایی است که حامل فرهنگ‌های محلی و ملی هستند، و در ظرفیت‌های روزانه‌ای که ملیت را ملموس و محسوس می‌گرداند، نهفته است. دولت - ملت، هر چند در پدید آوردن محصولات فرهنگی ضعیف باشد، می‌تواند جمعیت‌های مجازی و فضاها را خیالی جغرافیایی را به امور موجود و محسوس و منظم، فراتر از آنچه فعالیت‌های ارتباطات فراملی پی می‌گیرد، تبدیل کند (Schlesinger, 1994). (Tomlinson) اشاره می‌کند که تفاوت‌ها و اختلاف‌هایی در تجارب مجموعه‌های محلی و جهانی به فعالیت‌های فرهنگی و اسطوره‌ای و ایدئولوژیک باز می‌گردد که در روند بنیانگذاری و سازماندهی مجموعه‌های محلی نقش دارد (Tomlinson, 1994:165).

توجه به مکان‌ها و فضاها و شهروندی که طی آن عضویت سیاسی و فرهنگی شکل می‌گیرد ضروری است. بنای فضاها و مکان‌ها و فرصت‌های ملی و منطقه‌ای تنها در چهارچوب آثار و کار فرهنگی نیست، بلکه به آثار و کار سیاسی نیز بستگی دارد (Schudson, 1998). نقشی که ارتباطات در ساخت هویت دارد نیازمند بررسی از طریق تحلیل کیفیت ساخت و بازسازی شهروندی در چهارچوب محلی است. فعالیت‌های مربوط به ساخت هویت به شکل حیاتی به میزان مشارکت در سیاست و سیاست‌سازی محلی و ملی بستگی دارد و این به علت وجود پیوند قوی میان تجربه سیاسی و حس ملیت و آگاهی اجتماعی و بنای هویت ملی می‌باشد. در این شرایط، شهروندی با تکیه

و اعتماد بر پشتوانه‌های تاریخی و زیست مشترک و فرصت‌های خاص سیاسی محلی و ملی تداوم می‌یابد. یک نکته قطعی که نمی‌توان در آن تردیدی روا داشت این است که پیدایش زمینه‌های مشترک و جهانی برای ارتباطات و اطلاعات و تبادلات و فعالیت‌هایی که برخی سازمان‌های جهانی به آنها می‌پردازند، نشان‌دهنده نخستین گونه‌های همکاری‌های ملی و ارتباطات در فضای عمومی و جهانی، گسترده‌تر و فراگیرتر از سیاست‌های محلی است (Anderson, 1983: 47).

هر چند این مشارکت‌ها جایگزین بخش‌ها و نظام‌های سیاسی محلی نخواهد شد بلکه همراه با آنها و در تعامل با آنها تکامل پیدا خواهد کرد. نهادهای سیاسی که به شکل سازمان یافته‌ای مرجعیت سیاسی برای شهروندان دارند و پوشش و پشتیبانی سیاسی سازمان‌های جامعه مدنی و نظام‌ها و نهادها (مانند نهادهای خاص، روابط اجتماعی، سندیکاهای حرفه‌ای، سازمان‌های غیردولتی، اتحادیه‌ها، احزاب سیاسی و نهضت‌های اجتماعی) را تأمین می‌کنند، پشتوانه‌های محلی و ملی را تداوم می‌بخشند و از بخش‌های مختلف اجتماع حمایت می‌کنند (برای آگاهی از جزئیات بیشتر نگاه کنید به: سنو و الطراح، ۲۰۰۲ و الطراح ۲۰۰۲) و این در شکل‌گیری حس ملی و مشارکت ملی و ساخت هویت سیاسی و اجتماعی محلی و ملی نقش دارد، چون هیچ زمینه‌ای برای شکل‌گیری شهروندی فرا ملی وجود ندارد و ارتباطات فرامرزی نیز ممکن است نتواند در غنا بخشیدن به فرهنگ‌های مختلف موجود در منطقه حوزه عمل خود نقش داشته باشد. شکل‌گیری هویت‌های جمعی در سایه حرکت‌های اجتماعی، احزاب سیاسی و اتحادیه‌هایی است که در جوامع اهمیت ویژه‌ای دارند، زیرا این سازمان‌ها نقش اساسی و تاریخی در شکل‌گیری احساس ملی و حس پیوستگی عمومی دارند. به نظر می‌رسد به معنای گسترده‌تری از شهروندی، فراتر از سیاست‌های سازمان یافته، نیاز داریم که شامل چگونگی رشد احساس پیوستگی سیاسی نیز بشود تا شهروندان بتوانند هویت‌های ملی در هم فشرده و رسوب کرده در ریشه‌های تاریخی را متحول کنند. شهروندی نباید تنها به نمونه کلاسیک ارتباط در روابط سیاسی و با هدف تأثیر بر سیاست‌های دولت منحصر شود، باید به مفهوم دیگری از شهروندی توجه کرد

که طی آن دریابیم مردم چگونه روابط فرهنگی را در جوامع و گروه‌های محلی و ملی از طریق تعامل‌های روزانه ارتقا می‌بخشند و چگونه احساس پیوستگی به جمعیت‌های سیاسی را در چهارچوب شبکه‌ای از ارتباطات اجتماعی و اقتصادی و سیاسی دستخوش تحول می‌کنند. برای این که فردی شهروند باشد تنها توجه به حقوقی که دولت محل تولد به او عطا می‌کند کافی نیست بلکه به احساس پیوستگی به تجربه‌های اجتماعی و فرهنگی و سیاسی نیز بستگی دارد و این کسانی را که در زبان و نظم اجتماعی و برآورده شدن نیازها اشتراک دارند، به احساس متمایزی نسبت به جوامع دیگر سوق می‌دهد (Hall, 1996; Hayes, 1996).

نتیجه‌گیری

به طور کلی جهانی‌سازی ارتباطات گونه‌های روابط اجتماعی و تجربیات ملی را به انسداد و نابودی می‌کشاند، هر چند به تعمیق و استوارسازی فرهنگ‌های فراملی نیز نخواهد انجامید. این اندیشه که مکان‌ها و محیط‌ها تنها به صورت مجرد یافت نمی‌شوند بلکه در ساختار فرهنگی شکل می‌گیرند، تا حدودی به این ادعا کمک می‌کند که هویت‌های ملی مرده‌اند و استخوان‌هایشان را هم باد برده است، البته این نتیجه پدیدار شدن جهانی‌سازی و گریز از مرکزیت مکانی نمودار شده در تجربیات انسانی است.

به نظر می‌رسد در این نتیجه‌گیری که فشار زمان و مکان از تجربیات پست مدرن است، دچار شتابزدگی بزرگی شده‌ایم (Morley, 1996). اهمیت مکان را در شکل‌گیری وطن یا پیدایش هویت‌های فراملی نمی‌توان کاهش داد. مکان یا محیط تنها یک مفهوم جغرافیایی نیست بلکه طی روند شکل‌گیری مرزهای فرهنگی ساخته می‌شود. گذشته از این، تداوم شناخت ملت در روزگار کنونی در ارتباط با دیگر ملل همسایه، خود مانعی در برابر هویت‌های فراملی است (McLuhan, 1994; Hall, 1996)، چنان که تداوم هویت‌های ملی از رهگذر حذف دیگر وطن‌ها، تصور این موضوع را دشوار می‌کند که این وطن‌ها چونان بخشی از جامعه‌های ملی و منطقه‌ای امکان تکامل داشته باشند. اکنون پرسش این است: جوامع محلی و منطقه‌ای و جهانی چگونه بنا می‌شوند، با آن

که وطن‌ها تنها با مقاومت شکل نمی‌گیرند، و ادامه حیات نمی‌دهند تا از میان نروند؛ بلکه در برابر دیگر کشورها ایستادگی می‌کنند؟ به عبارت دیگر آیا کشورها جز با مقاومت و پایداری ایجاد و بقایشان متصور نیست؟ آیا فرهنگ‌ها تنها با برخورد با دیگر فرهنگ‌ها امکان تداوم و شکوفایی دارند؟ آیا همچنان نیرومندی سرمایه اساسی بقاست؟ در مورد ساخت و شکل‌گیری هویت‌های ملی وضع چگونه است؟ تقویت جوامع ملی با دستاویز احساس خطر جوامع دیگر و جاه‌طلبی آنها، به دور شدن این جوامع از یکدیگر و رفتارهای بد متقابل و کاهش احترام انسان‌ها به یکدیگر در گذشته و اکنون انجامیده و اختلاف‌ها در مورد مرزها و جابه‌جایی آنها به همین گونه آشکار شده است (Radcliffe, 1998). اما جایگزین مناسبی برای ساخت کشور و شکل‌گیری هویت‌های ملی، که کارآمدی و کارایی داشته باشد، نیز به چشم نمی‌خورد. اگر مرزهای فرهنگی بر روی اختلاف‌ها بنیان گذاشته شود، خودی و بیگانه در هویت‌های اقلیمی یا جهانی کیست؟ هویت هر کشور بر ضد چه جامعه‌ای شکل می‌گیرد؟ بنا بر چه تفاوت‌های آشکاری می‌توان هویت فرهنگی را شکل داد؟ فرهنگ عمومی فراملی از کجا ریشه می‌گیرد؟ کدام خاطره‌های تاریخی و آئینی و زندگی مشترک برای شکل‌گیری هویت ملی مورد نیاز هستند؟ چگونه می‌توانیم در مورد دفع و جذب ما و دیگران، «از ما» و «از دیگران» سیاستگذاری کنیم؟ گام‌های مورد نیاز برای حرکت و رسیدن به جوامع فراملی کدام هستند؟

فناوری پیشرفته با نگاه ابزاری به شکل‌گیری گونه‌های تازه‌ای از آگاهی و هویت نخواهد انجامید. وجود فضاها و مکان‌های جهانی ارتباطی مترادف با خواست‌ها و فرهنگ‌ها و هویت‌های مشترک نیست. همکاری نمادی و گفتگو در دنیای جهانی شده در گرو همکاری بزرگ‌تر شهروندان «برگزیده» و «پاک‌نهاد» در چهارچوب تحولات محلی و ملی و انفجار گسترده فناوری اطلاعات و ارتباطات است. در جهانی که به دو قسمت تقسیم شده است: بخشی غرق در فناوری و سرشار از آن و بخشی دیگر محروم از فناوری، چنین گفتگویی ناعادلانه و غیرعملی می‌نماید. فناوری ارتباطات پل‌ها را بر فراز شکاف‌ها ایجاد می‌کند، فرصت‌های خالی را پر می‌کند و در ایجاد آگاهی تازه نقش دارد اما فرایند شکل‌گیری هویت نیازمند اقدامات پیچیده‌تری از طریق

انگیزش توده‌ها و تکامل آن است. این گونه هویت‌ها ایجاد می‌شوند و تداوم می‌یابند اما مکان از میان نمی‌رود و اصالت خود را از دست نمی‌دهد و در روند شکل‌گیری هویت بی‌اهمیت نمی‌شود. هر چند نیاز مبرم به پژوهش و بررسی برای تحلیل و تفسیر نقش اقدامات فرهنگی و سیاسی شکل‌دهنده به هویت‌ها و مانند فعالیت‌های ارتباطی و اطلاعاتی و ایجاد احساس‌های تو در تو در مورد مکان و پیوستگی عمومی محلی و جهانی به هویت فرهنگی و ملی وجود دارد.

منبع: کتاب «الهویات الوطنیه و المجتمع العالمی و الاعلام»، نوشته دکتر غسال

منیر حمزه سنو و دکتر علی احمد الطراح، دارالنهضة العربیه، بیروت، ۲۰۰۲

ارتباطات و آوارگی قومی

بازنگری مفهوم «ملی»، در ارتباطات

«فراملی»

کریم اچ. کریم (Karim H. Karim)*

مترجم: محمود حقیقت کاشانی

چکیده

مقاله حاضر به قلم کریم اچ. کریم به مبحث جدیدی در ارتباطات اختصاص دارد که به بررسی رسانه‌ها و ارتباطات آوارگان قومی می‌پردازد. در این مقاله نویسنده ابتدا نشان می‌دهد مهاجرت و آوارگی قومی در جستجوی معیشت و امنیت از دیرباز در تاریخ بشر وجود داشته است و مهاجران همواره خواهان حفظ ارتباط خود با جامعه مادر بوده‌اند. این میل به خصوص در نسل اول هرگروه مهاجر قوی‌تر بوده است. از زمان ظهور استعمار، مرزبندی‌های کشورهای جنوب تحت تاثیر تقسیم جهان در میان استعمارگران قرار داشته و وسایل ارتباطی (راه‌ها و فناوری‌های ارتباطی) که استعمارگران در کشورهای استعمارزده ایجاد یا وارد کرده‌اند، بیشتر برای دستیابی آسان مراکز استعماری به مناطق استعمارزده بوده است.

* دانشیار دانشکده روزنامه‌نگاری و ارتباطات دانشگاه کارلتون اوتاوا (کانادا)

ازسوی دیگر وسایل ارتباطی نوین ارتباط آوارگان قومی پراکنده در سراسر جهان را با یکدیگر آسان کرده و فناوری‌های نوین ارتباطی، ارتباط میان آوارگان قومی را از شکل جمعی (توده‌ای) به شکل ارتباط گروه‌های خاص تغییر داده است. گرچه میزان دسترسی مهاجران به فناوری‌های جدید ارتباطی یکسان نیست و از طرفی تمام موضوعات پوشش داده نمی‌شوند ارتباطات فراملی آوارگان قومی، انحصارگرایی دولت‌های ملی را تضعیف می‌کند و مفهوم جدیدی از ملی‌گرایی ارائه می‌دهد که در میان مرزهای ملی جای می‌گیرد.

آنچه در این مقاله جلب توجه می‌کند اشاره به گروه جدیدی از متفکران و ارتباط‌گران متعلق به آوارگان قومی است که اشکال موجود ارتباطات و محصولات فرهنگی را از کشورهای شمال به کشورهای جنوب روانه می‌شود به چالش می‌گیرند.

من آن لحظه‌ای از تفرق مردم را تجربه کرده‌ام که در دیگر زمان‌ها و دیگر مکان‌ها و در بین سایر ملت‌ها به زمانی برای تجمع تبدیل می‌شود.

«هومی بهابها» (Homi Bhabha) «پراکندگی» (Dissemination)

چهارچوب‌های نظری و روش‌شناختی مورد استفاده در مطالعه ارتباطات بین‌المللی عموماً با مفهوم‌پردازی جهان به مثابه اجتماعی از دولت‌های ملی (Nation-States) هم‌نوا بوده است. حتی نظریه‌پردازهایی که تلاش کرده‌اند نقش عوامل غیردولتی را مهار کنند به طور کامل از جهان‌نگری ضمنی نظامی متشکل از کشورهای میزبان و دارای حق حاکمیت گریز نداشته‌اند، نظامی که اعضای غیردولتی‌اش در چهارچوب آن دارای ارتباطات میان مرزی هستند.

به هر حال طبق چندین پیش‌بینی به عمل آمده در میانه دهه ۱۹۹۰ (برای

مثال، «هابس‌بام» - Habsbawm - ۱۹۹۰، صص ۸۳-۱۸۲؛ «آپادورایی» - Appadurai - ۱۹۹۶، ص ۱۸) به نظر می‌رسید شدت گرفتن گرایش‌ها به جهانی‌سازی، مفهوم دولت‌های ملی را بی‌ربط می‌کند.

یکی از ویژگی‌های کلیدی جهانی‌سازی افزایش نقش نهادهای فراملی نظیر سازمان تجارت بین‌المللی در تنظیم روابط بین دولت‌ها بوده است اما مشروعیت این نهادها لزوماً در سطح ملی از طریق وضع قوانین توسط دولت کشورهای عضو انجام گرفته است. در حالی که دولت‌ها از بخشی از قدرت‌های خود دست کشیده‌اند، هنوز مسلماً میزان قابل توجهی از جنبه کارگزاری و نمایندگی خود را در اختیار دارند.^۱ علاوه بر آن، به دنبال حملات تروریستی ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱، مرزهای ملی اهمیتی بسیار بیشتر از زمان‌های پیش یافته‌اند.

به هر حال جهانی که به دولت‌های ملی تقسیم شده است، از چشم‌انداز تاریخ طولانی بشریت پدیده‌ای به نسبت جدید و متأخر است. برای هزاران سال ارتباطات بین دولت شهرها (City-States)، پادشاهی‌ها، امپراتوری‌ها و سایر واحدهای سیاسی دارای سطوح گوناگون رسمیت بود، و بیشتر تماس بین افراد و نهادها نظیر انجمن‌های تجاری، صنوف و سازمان‌های مذهبی خارج از نظارت دولتی بودند. برای مثال فعالیت‌های زیارتی در اسلام، مسیحیت، مذاهب هندو و بودایی و تجارت بین قاره‌ای در مسیر جاده ابریشم و از طریق دریای مدیترانه و اقیانوس هند با کمترین مقررات بین حکومتی صورت می‌گرفت.

ریشه‌های نظام بین‌المللی در معاهده صلح «وستفاليا» (Peace of Westphalia) قرار دارد که توسط چند قدرت اروپایی در ۱۶۴۸ امضا شد. این معاهده مبنایی برای روابط بین کشورهایی فراهم آورد که حاکمیت منحصر به فردی بر افراد و منابع قلمروهای خاص تحت کنترل خود اعمال می‌کردند. با این معاهده، مرزهای به نسبت قابل نفوذ، علامت‌گذاری و مشخص شدند و این امر به طور متقابل توسط امضاکنندگان معاهده به رسمیت شناخته شد. به هر حال تا قرن ۱۹ روابط چند جانبه بین دولت‌ها یا سازمان‌های بین‌المللی پدیدار نشد. این امر برای دانشجویان ارتباطات بین‌المللی حائز اهمیت است که در بین روابط چند جانبه بسیار اولیه، توافق‌ها به مقررات ناظر بر ارتباطات بین مرزی نظیر مقررات ناظر بر خدمات پستی، تلگراف و تبادل ثروت‌های فکری مربوط می‌شد («هم‌لینک» - Hamelink - ۱۹۹۴، صص ۱۶-۶).

با آغاز قرن بیستم نظام بین‌المللی از اروپا به نقاط دیگر - عمدتاً از طریق استعمار - گسترش پیدا کرده بود. مرزهایی مشخص کشیده شده بود تا همه اراضی کره زمین را به کشورهای مجزا و منفرد تقسیم کند.

ملت‌های انگاشتی

هر ملتی انگاشتی است. ملت از طریق اعتقاد و کنش به وجود می‌آید. مفهوم اروپایی دولت ملی به شکل سنتی مبتنی بر اندیشه قومیت مشترک جمعیتی استوار بود که در چهارچوب قلمرو خاصی زندگی می‌کردند («رنان» - Renan - ۱۹۸۹؛ «اسمیت» - Smith - ۱۹۹۰). واژه یونانی اِتنوس - ethnos - که واژه اِتنیک - ethnic - (به معنی قومی - مترجم) از آن گرفته شده است به معنی ملت است. مفاهیم دولت ملی دربرگیرنده آمیختگی قومیت و قلمرو بوده است تا وجود میهنی آبا و اجدادی متعلق به Volk (واژه آلمانی به معنی مردم - مترجم) یا مردمی با پیوندهای خویشاوندی را به ذهن متبادر کند، پیوندهایی که در یک فرهنگ و زبان مشترک منعکس شده‌اند. اما این اندیشه همواره مسئله‌ساز بوده است. مرزهای ملی به جای این که مردمی خاص را در چهارچوب عرصه‌ای ارضی متحد کرده باشد، اغلب قبایل و گروه‌های زبانی (یا دارای زبان مشترک - مترجم) را از هم جدا کرده است. مرزها اغلب در نتیجه پیروزی یا مصالحه دیپلماتیک بین نخبگان حاکم تعیین شده‌اند و بدین ترتیب معمولاً منعکس‌کننده شرایط تصادفی تاریخی هستند، نه مرزبندی «قومیت‌های خاص». به دلیل میل ذاتی انسان‌ها به مهاجرت و همچنین ازدواج در میان اقوام، به ندرت قلمرویی دیده می‌شود «که به لحاظ قومی خالص» باشد، به رغم این که برخی می‌کوشند قلمروها را از این لحاظ «تطهیر» کنند. ویژگی‌های فرهنگی و زبانی اقوام گوناگون یک ملت می‌تواند در طول زمان و از طریق جذب این گروه‌ها از میان برود اما موج‌های جدید مهاجرت تفاوت (قومی) در بین جمعیت ملی را تأمین می‌کند. «آنتونی اسمیت» که محقق برجسته در زمینه مفهوم ملت است، اشاره می‌کند کشورهای معاصر موجودیت خود را اغلب با دست یازیدن به یک اسطوره‌شناسی،

نمادپردازی، و فرهنگی مشخص در پیوند با یک میهن آبا و اجدادی باستانی حفظ می‌کنند. به این منظور آنان اغلب توده‌ها را بسیج می‌کنند تا از طریق نظام‌های آموزشی و ارتباطات جمعی اصالت این نمادپردازی را باور کنند (اسمیت، ۱۹۸۹، ص ۳۶). اثر پرنفوذ «بندیکت اندرسون» (Benedict Anderson) به نام «اجتماعات انگاشتی: تفکراتی در باب منشأ و گسترش ملیت‌گرایی^۲ اشاره دارد که انگاشت واژه ملی در دوران معاصر در قرن نوزدهم با ظهور نوول، که خوانندگان تمامی یک کشور می‌توانستند بدان دست یابند، شروع به شکل گرفتن کرد. بدین شیوه این خوانندگان در حالی که هرگز همدیگر را ملاقات نکرده بودند به تدریج نوعی آگاهی اجتماعی - سیاسی مشترک پیدا کردند. ریشه‌های نظام جهانی دولت‌های ملی در دوران معاصر را باید در استعمار یافت. آنچه در اروپا آغاز شد، گسترش یافت تا کره زمین را تحت پوشش قرار دهد: سلطه و توسعه‌طلبی اسپانیا، پرتغال، انگلیس، فرانسه، آلمان، ایتالیا و هلند بر جهان نقش بست. اشکال اروپایی حکومت کردن در اطراف جهان تکرار شد. این امر مشتمل بود بر جداسازی هویت‌ها و روابط مردمان وابسته به هم از طریق تعیین مرزهای ملی (هر چند نه کاملاً تغییرناپذیر یا نفوذناپذیر)، مرزهایی که حتی پس از استقلال هم حفظ شدند. نظام‌های آموزشی استعماری کمک کردند تا یقین حاصل شود که این ترتیب و آرایش جهانی از سوی همه مردم به مثابه امری طبیعی پذیرفته شده است («بلات» - Blaut - ۱۹۹۳).

ظهور رسانه‌های فراملی در قرن نوزدهم، به شکل سازمان‌های خبری و در چهارچوب بافت استعماری صورت گرفت. خبرگزاری‌های رویترز انگلیس، هاواس (Havas) فرانسه، ولف (Wolf) آلمان، با اداره یک کارتل خبری که دربرگیرنده حضور انحصاری آنها در حوزه‌های نفوذ استعماری مربوط بود، جهان را بین خود تقسیم کردند. ارتباط فراملی، از طریق تلگراف، تلفن و حمل و نقل با مستعمرات ساختاری داشت که در خدمت کلان شهرهای مرکزی قدرت‌های استعماری بود. پیوند رسمی از طریق وسایل ارتباط از راه دور بین کشورهای همسایه افریقایی و آسیایی تحت حاکمیت قدرت‌های استعماری رقیب، امری نادر بود؛ ارتباط‌های مستقیم بین قاره‌های

جنوبی تقریباً وجود نداشت. محتوای رسانه‌ای در شکل برنامه‌های خبری و تفریحی عمدتاً از شمال به جنوب در جریان بود و موجب می‌شد دیدگاه‌های جهانی کشورهای شمال بیشتر تقویت شود.

بدین ترتیب آرایش‌های استعماری فضای جهانی با صورت‌بندی و اعمال قدرت استعماری در ارتباط بودند. بیشتر این فضا سازی استعماری مولود آن چیزی بود که ادوارد سعید (Edward Said - ۱۹۷۸) «جغرافیای انگاشتی» در دانش شرق‌شناسی اروپایی می‌خواند، شرق‌شناسی‌ای که حامی اقدامات استعماری بود. این شرق‌شناسی توجیحات لازم را برای فتح و مستعمره کردن قلمروهای غیراروپایی فراهم می‌آورد. مطالب رسانه‌ای تولید شده در شمال، بیشتر این جهان‌بینی‌های شرق‌شناسی اروپایی را تقویت می‌کرد. هر چند این استعمار فرهنگی، فرهنگی به طور کامل جهانی و یکپارچه ایجاد نمی‌کرد، موجب پخش تولیدات فرهنگ‌های شمال، به صورتی گسترده و شدید، در جنوب می‌شد.

نظام‌های ملی رسانه‌های جمعی بر مفهوم دولت ملی به مثابه شکل اولیه و طبیعی واحد سیاسی تأکید می‌کردند. آنها این نقش را با برجسته کردن مداوم نهادهای ملی، از برجسته کردن تصویر رهبران ملی در گزارش‌های منظم خبری گرفته تا بازگویی مکرر داستان‌های برگرفته از اساطیر ملی در برنامه‌های نمایشی، بازی می‌کردند (صرف‌نظر از حضور فراگیر پرچم ملی و اشاره به نمادهای ملی). تصویرهای نقشه کشور در ارتباط با سایر کشورها به روشنی، شهروندان کشورها را از هم جدا می‌سازد مانند جداسازی کانادایی‌ها، کنیایی‌ها، هندی‌ها و غیره. یک ملت بدین ترتیب، از لحاظ سیاسی، جغرافیایی و قومی - فرهنگی، به وجودی طبیعی تبدیل می‌شود که در انگاشت، نه تنها ساکنان خود، بلکه در انگاشت سایر ملل از همه ملت‌ها مجزا و متمایز است (نظام دولت‌های ملی حاصل به رسمیت شناختن متقابل دولت‌ها است).

اما این انگاشت نوگرا ظاهراً با ابهام‌های پسانوگرایی که در دهه‌های آخر قرن نوزدهم در آن نفوذ کردند، در هم آمیخته شده است. پذیرش و شناخت فزاینده تفاوت‌های قومی - فرهنگی در درون مرزهای ملی، که زیرلوای سیاست‌های چند

فرهنگ‌گرایی صورت گرفته است، به شکلی جدی انگار ملت، به لحاظ قومی - فرهنگی، همگن را به چالش گرفته است. چند فرهنگ‌گرایی از ملت تعبیر جدیدی به مثابه‌ی دربرگیرنده‌ی یک توده‌ی به لحاظ قومی کثرت‌گرا به دست می‌دهد، اما توده‌ای که در پایبندی مشترک به مجموعه‌ای از ارزش‌های شهروندی اصلی متحد است (یا باید باشد).

به هر حال هر چند برخی جنبه‌های میراث فرهنگی اقلیت‌ها در منظر نمادین ملی جذب و ادغام می‌شوند، ارزش‌های فرهنگی اصلی گروه‌های قومی حاکم در کشورهای خاص سلطه‌ی خود را حفظ می‌کنند؛ اشکال خاص تبعیض نژادی غیرقانونی می‌شوند و برخی مقررات وضع می‌شوند تا شرکت بیشتر اقلیت‌ها را در حوزه‌ی عمومی امکان‌پذیر سازند.

پذیرش و به رسمیت شناختن اقلیت‌های قومی - فرهنگی در چهارچوب دولت‌های ملی عمدتاً به علت نیاز به نیروی کار یدی و ماهر صورت گرفته است. این امر نه تنها در کشورهای شمال بلکه در کشورهای نظیر مالزی که به برنامه‌هایی بلند پروازانه برای تغییر شکل فنی اقتصادشان، دست یازیده‌اند، صدق می‌کند. به تفاوت‌های قومی دیرین که پیش از این اغلب ارزشی برایشان قائل نمی‌شدند، اکنون غالباً به مثابه‌ی سرمایه‌ی حیاتی ملی نگریسته می‌شود و در معرض دید جهانیان قرار می‌گیرد. در حال حاضر ملت در تصویرپردازی‌ها و انگاشت‌های عمومی بسیاری از ملل شامل جمعیتی چندقومی و دارای تفاوت‌های فرهنگی است.

این دگرگونی مفهوم ملت در عصری در حال وقوع است که در آن وسایل ارتباطی فراملی این توانایی را برای افراد و گروه‌ها فراهم می‌آورند تا به طور فزاینده‌ای با کشورها و قاره‌های دیگر در تماس باشند. در میان سایر رسانه‌ها، اینترنت، تلویزیون ماهواره‌ای و سیستم‌های تلفنی پیوندهای پیچیده‌ای بین اعضای گروه‌های قومی ساکن در مناطق مختلف جهان فراهم می‌آورند چنان که جذب فرهنگی آنها را در جمعیت ملی دشوارتر می‌سازد. این آوارگان قومی یا به اصطلاح «آرجون آپادورایی» (Arjun Appadurai) از طریق وسایل ارتباطی جهانی معاصر تماس می‌گیرند. «آپادورایی» در

حالی که از ایالات متحده صحبت می‌کند منعکس‌کننده چیزی است که در مورد شمار بزرگی از ملت‌ها صدق می‌کند، او اشاره می‌کند: «هیچ مفهوم موجودی از امریکایی بودن نمی‌تواند شامل این گوناگونی بزرگ فراملی‌ها باشد» (۱۹۹۶، ص ۱۷۲).

آنها در امریکا زندگی می‌کنند اما پایی هم در بسیاری از دولت‌های ملی دیگر دارند. مانند دولت ملی، آوارگان قومی به کرات به مثابه «اجتماعات انگاشتی» توصیف می‌شوند («تسالیکی» - Tsaliki - ۲۰۰۳؛ «دوسانتیس»، - De Santis - ۲۰۰۳).

این توصیف که از «بندیکت اندرسون» به عاریت گرفته شده است، از یک طرف، بر احتمال‌ناپذیری تجربه تماس دست اول با تمامی گروه، و از طرف دیگر، بر پابندی اعضای گروه به اعتقادات، نمادها و اسطوره‌ها تأکید می‌کند. این تعریف بر تماس‌های آوارگان قومی، که رسانه‌های مختلف آن را تسهیل کرده است، و بر مصرف همزمان محتوایی واحد به وسیله اعضای یک گروه فراملی تأکید دارد. به هر حال، نظیر عضویت در هر اجتماع قومی، همانندسازی فرد با یک گروه آواره قومی خاص مبتنی بر انگاشت آبا و اجدادی مشترک است که ممکن است اثباتش مشکل باشد.^۳

به آوارگان قومی همچنین اغلب به مثابه ملت‌هایی که از قلمرو خود رانده شده‌اند، نگرسته می‌شود؛ این امر گرفته از مفهوم ملت است، مفهومی که با جای‌گیری یک گروه در چهارچوب مکان جغرافیایی خاصی پیوند دارد. این مفهوم که جزء لازم دانش و معرفت اسطوره‌ای بسیاری از گروه‌هاست، پیوندهای عاطفی قوی‌ای را با یک منظر خاص برقرار می‌سازد که در خدمت نادیده گرفتن دعاوی متقابل سایرین در مورد قلمرو مربوط قرار دارد. مهاجرت‌های اجباری یا اختیاری پیوندهای جسمی آنانی را که میهن خود را ترک می‌کنند کاهش می‌دهد اما مهاجران اشارات اسطوره‌ای و زبانی‌ای به قلمرو آبا و اجدادی همراه خود می‌آورند که در خاطرات غربت‌آمیزشان آنها را زنده می‌کنند. برخی از آنان امیدی به بازگشت نهایی دارند. این امر مستلزم تولیداتی فرهنگی است که پیوندهای آوارگان قومی را با وطن آبا و اجدادی حفظ و به شکلی آئینی تجلیل می‌کند.

مهاجرنشین‌های پراکنده فراملی‌ها در بین خود به تبادل کالاها و خدمات نمادین، از جمله محتوای رسانه‌ای می‌پردازند و بدین ترتیب شبکه‌هایی جهانی را حفظ می‌کنند. سیاست‌های میهن‌آبا و اجدادی موضوع عمده‌ای برای رسانه‌های برخی آوارگان قومی است، به خصوص آنان که عمدتاً شامل نسل اول مهاجران هستند. در این موارد پیوندها با کشور پیشین قوی می‌ماند و افراد سعی دارند، به ویژه در زمان بحران‌ها، در جستجوی جاری‌ترین اطلاعات باشند.

«حسن‌پور» (۲۰۰۳) و «سانتیانی» (Santianni - ۲۰۰۳) نشان می‌دهند چگونه رسانه‌ها برای کسب حمایت از آرمان میهنی کردها و تبتی‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند. راحتی فزاینده مسافرت‌های هوایی به اطراف جهان، تمایل آوارگان قومی را به سفرهای متناوب به میهنشان تقویت می‌کند و برخی از آنان مکرر به مسافرت‌های رفت و برگشت دست می‌زنند و با ضبط‌های ویدئویی از سفرهایشان در کشور قدیمی بازمی‌گردند - اجتماع مهاجر این ویدئوها را به شیوه‌هایی آئینی تماشا می‌کنند («کولار - پانوف» - Kolar-Panov - ۲۰۰۳).

چالشی که آوارگان قومی، مفهوم سنتی دولت ملی را با آن روبه‌رو می‌کنند به امر مسئله‌سازی برای الگوی مسلط در مطالعات در زمینه ارتباطات بین‌المللی تبدیل می‌شود، در این مطالعات الگوی مسلط گروه دولت‌های ملی است.

ملت آواره و جابه‌جایی

واژه آوارگان قومی (diaspora) برگرفته از واژه یونانی diaspeirein مشعر به پاشیدن بذر است. به طور سنتی این واژه به پراکندگی یهودیان در خارج اسرائیل اشاره داشته است اما اکنون در مورد فهرست فزاینده‌ای از گروه‌های مهاجر به کار می‌رود. یک بحث در جریان در مورد این که «آواره قومی» چه معنایی باید بدهد با توجه جاری به این موضوع همراه بوده است. در حالی که برخی محققان در جانبداری از شناسایی مجموعه بسته‌ای از مشخصه‌ها به منظور به دست آوردن عوامل اجتماعی و علمی‌ای برای مطالعه آوارگان قومی، استدلال کرده‌اند (مانند «کوهن» - Cohen - ۱۹۹۷)،

سایرین استفاده از آن را در طیف وسیعی از پراکندگی انسان‌ها پذیرفته و به رسمیت شناخته‌اند («تولویان» - Toloyan - ۱۹۹۶؛ «کانینگهام و سینکلر» - Cunningham & Sinclair - ۲۰۰۰). همه آوارگان قومی برخلاف نظر «ویلیام سافران» (William Safran)، دارای اسطوره‌های میهنی در مرکز آگاهی قومی خود نیستند. این اصطلاح همواره به گونه‌ای مفهوم‌پردازی می‌شود که محدود به اجتماعات فاقد قدرت فراملی و قومی است اما اثر «گیلروی» (Gilroy - ۱۹۹۳) به نام «اقیانوس اطلس سیاه» (Black Atlantic) شامل اجتماعات از لحاظ سیاسی حاشیه‌ای در امریکای شمالی و بریتانیا و همچنین نخبگان حاکم در بسیاری از کشورهای دریای کارائیب می‌شود. اغلب از دیدگاه مهاجرت از کشورهای جنوب به نیمکره غربی، آوارگان قومی معمولاً محدود به مردم «غیرسفیدپوست» هستند که در کشورهای جدید محل اقامتشان به عنوان اقلیت‌ها مشخص و متمایز می‌شوند. اما هرچند برخی از مهاجران اروپایی مانند ایرلندی‌ها ممکن است جذب در کشورهای «سفیدپوست» را به نسبت راحت و آسان ببینند، هویت فرهنگی آنان همواره برگشت‌پذیر به گذشته باقی می‌ماند - به ویژه در اشکال موسیقایی و رقص. مردمانی که دارای منشأ اروپایی هستند به طور فزاینده‌ای موضوع مطالعات در زمینه آوارگان قومی قرار دارند (مراجعه کنید به «کولار - پانوف» ۲۰۰۳؛ «تسالیکی» ۲۰۰۳؛ «کینگ» - King - ۲۰۰۳). پراکندگی گروه‌های بومی در کشورهای امریکای شمالی همانند مهاجرت فراملی مسلمان‌ها («مانداویل» - Mandaville - ۲۰۰۳)، در قالب آوارگان قومی مفهوم‌پردازی شده است («آلیا» - Alia - ۲۰۰۳).

آوارگان قومی پیش از دولت‌های ملی و چادرنشین‌ها پیش از آوارگان قومی وجود داشته‌اند. هر چند مهاجرت بسیاری از آوارگان قومی رویدادهایی منفرد و تنها یک سویه است، صرف این که فرد متعلق‌اتش را برمی‌دارد و به سمت محل سکونت دیگری حرکت می‌کند، صورتی از چادرنشینی است. مورد دوم ممکن است از جهت دوره‌های کوتاه یا بلند سکناگزینی در زندگی افراد و گروه‌ها، صور مختلفی داشته باشد. عمر برخی از آوارگان قومی با حرکت‌های مداوم، اغلب به صورت رفت و برگشت، به مدت زمان‌های متفاوت، بین اقامتگاه‌های قدیمی و جدید، مشخص شده است. البته

چنین مسافرت‌های توأم با خانه به دوشی صرفاً محدود به آوارگان قومی نیست بلکه به نظر می‌رسد یک ویژگی جهان معاصر باشد که به طور فزاینده‌ای متحرک است («کلیفورد» - Clifford - ۱۹۷۷، صص ۱۳-۱) - مانند چادرنشین‌ها که در پی چراگاه‌های بهتر بودند، ما در جستجوی فرصت‌های کاری یا تجاری امیدبخش‌تر در حرکت هستیم.

چادرنشینی و سکناگزینی روش‌های کلیدی بشر برای علامت‌گذاری و مرزبندی مکان زندگی هستند. مهم‌تر از همه، این دو شیوه زندگی مشخص می‌کنند ما چگونه مأوا و مسکن خود را فراهم می‌آوریم. شواهد باستان‌شناختی و تاریخی ما حاکی از مهاجرت‌های فراقاره‌ای است، از جمله از قفقاز به اروپا و آسیای مرکزی و جنوبی، از شمال افریقا به قسمت‌های مرکزی و جنوبی این قاره، از آسیای شمال شرقی و با عبور از پل یخی باستانی بر روی تنگه بارینگ (Baring Strait) به امریکای شمالی و بعدها به امریکای جنوبی یا، به صورت دیگر، به وسیله کشتی‌های کوچک با عبور از اقیانوس آرام. تاریخ با مجموعه‌هایی از مهاجرت‌ها نقطه‌گذاری شده است.

همان گونه که تمدن بشری به طور فزاینده سکناگزین شد، برخورد بین دو شیوه زندگی افزایش یافت. به نظر می‌رسد بین آنان که سکناگزینی را انتخاب کرده‌اند و آنان که به چادرنشینی ادامه می‌دهند، برخوردی ساختاری وجود داشته باشد. شیوه اول در ساختن دهکده‌ها، شهرها و شهرک‌ها و همچنین کشت محصولات کشاورزی و به دست آوردن زمین برای سایر جنبه‌های اقتصاد سکناگزینی جلوه کرده است.

مردم چادرنشین برای عبور خود نیاز به فضای بزرگی دارند - آنان با حیواناتشان بین چراگاه‌های تابستانی و زمستانی مسافرت می‌کنند و اغلب با عبور از خطوط و مرزهای ملکی علامت‌گذاری شده به وسیله مردم سکناگزیده، مزارع آنان را لگدکوب می‌کنند. در برخورد بین چهره‌های ذکر شده در تورات و قرآن یعنی قایل و هابیل، دو پسر اول آدم و حوا، به نظر می‌رسد نخستین نمونه این برخورد انسانی بنیادی را ببایم. سفر پیدایش (اولین کتاب تورات - مترجم) می‌گوید «هابیل چوپان گله شد و قایل زمین را شخم می‌زد» (۲:۴). قایل برادرش را کشت و بدین ترتیب مرتکب اولین قتل شد.

در تاریخ برخوردهای بی‌شماری بین مردم سکناگزین و چادرنشین وجود داشته است: برای مثال، مهاجران هندو - اروپایی به جنوب آسیای جنوبی «دراویداها» (Dravidians) را که تمدنی پیشرفته را از ۴۵۰۰ سال پیش، در دره رود سند ایجاد کرده بودند به جنوب راندند؛ «هون‌ها» در قرن چهارم بیشتر اروپا را اشغال و تاراج کردند؛ اعراب بدوی، به دنبال رحلت پیامبر، حضرت محمد (ص)، نیروهای قدرتمند امپراتوری‌های بیزانس و ساسانی را شکست دادند. مغول‌ها در قرن سیزدهم شهرهای کشورهای متمدن اسلامی را ویران کردند. دولت‌های ایالات متحده و کانادا در مسیر شکار بوفالوها که به سرخپوستان چمن‌زارهای امریکای شمالی تعلق داشت مرزهایی را علامت‌گذاری و در نهایت بدین ترتیب شیوه زندگی آنها را نابود کردند؛ تاریخ نگراس با برخورد بین دامداران و کشاورزان مشخص شده است. در کنیا در اوایل قرن بیستم قوم گله چران «ماسایی» (Masai) به وسیله قوم به لحاظ سیاسی مسلط «کیکویو» (Kikuyu) از فلات حاصلخیز «لایکیپیا» (Laikipia) رانده شدند.

دولت‌ها تلاش دارند نظارت خود را بر حرکت انسان‌ها در داخل، و از مرزهایشان حفظ کنند. گرفتن مالیات از مردمی که همواره در حرکت هستند مشکل‌تر است. پیش از ظهور دولت ملی، مرزها همواره تغییر می‌کردند و به ندرت علامت‌های مرزی مشخص، به شکل امروزی وجود داشت. اکنون مهاجرت انسان‌ها با گذرنامه، ویزا و بازدید مرزی به مراتب بیشتر کنترل می‌شود. زندگی چادرنشینی سنتی در تمدن جهانی سکناگزین یک نابهنجاری محسوب می‌شود. دسته‌هایی از چادرنشین‌ها در میان گروه‌های قبیله‌ای باقی مانده‌اند که به حرکت با گله‌هایشان از کوهستان‌ها به دره‌ها و برگشت به کوهستان‌ها، با تغییر فصل، ادامه می‌دهند، اما به آنان نیز فشار فزاینده‌ای وارد می‌شود که سکناگزین شوند. در اروپا کولی‌ها برای قرن‌ها به دلیل تمایل به ادامه حرکت از جایی به جایی دیگر با مخالفت بسیاری روبه‌رو بوده‌اند.

دولت‌ها از جای دادن به مردم فاقد نشانی سکونت ثابت، با محروم کردن آنان از کمک رایج به سایر شهروندان، خودداری کرده‌اند. جوامع ما اغلب با بی‌خانمان‌ها و آواره‌ها مهربان نبوده‌اند. حتی فروشندگان سیار و دوره‌گردها برای مدت‌های مدید

موضوع لطیفه‌ها بوده‌اند. هر چند هر از گاهی ممکن است زندگی آنان احساسی و عاطفی توصیف شود، معمولاً در حاشیه جامعه معاصر قرار می‌گیرند و به آنان به مثابه افراد نابهنجار نگریسته می‌شود. دولت سازمان یافته است که عمدتاً جوابگوی نیازهای مردم سکناگزیده باشد و در بهترین حالت به زندگی چادرنشینی با بدگمانی می‌نگرد. در بدترین حالت، کولی‌ها و یهودیان - که به آنان نیز به مثابه دوره‌گرد نگریسته می‌شد - در حکومت رایش سوم با اعدام دسته جمعی روبه‌رو بودند.

به هر حال با همه افراد در سفر به یک شیوه برخورد نمی‌شود. زیارت دیرزمانی است که یک حرکت بسیار محترم شمرده می‌شود. گردشگری تشویق می‌شود، زیرا تصور می‌رود که برای سلامت اقتصاد ملی حائز اهمیت باشد اما با کارگران مهاجر معمولاً به صورتی ابهام‌آمیزتر برخورد می‌شود. در حالی که قرن‌ها از کارگران خارجی برای انجام کارهایی که نیروی داخلی برای آن کافی نبود دعوت می‌شده است، پذیرش آنان از سوی جامعه میزبان همواره با مهمان‌نوازی توأم نبوده است. اینان چه به عنوان کارگران موقت سفر کنند و چه به عنوان مهاجر با موانع اجتماعی و قانونی بسیاری برای جذب و ادغام در جامعه مواجه می‌شوند.

معمولاً پذیرش کارگران مهاجری که دارای مهارت در مشاغل هستند که در اقتصاد فعلی حیاتی به نظر می‌رسد، بهتر است. دارندگان گذرنامه کشورهای غربی معمولاً به راحتی به اطراف جهان سفر می‌کنند. تحرک مردم دارای پوست تیره‌تر و ویژگی‌های غیراروپایی اغلب با چالش روبه‌رو می‌شود. «پترا وی‌لند» (Petra Weyland - ۱۹۹۷) مکان و موقعیت‌های جهانی متفاوتی را که به ترتیب طبقه مدیران مذکر و عمدتاً دارای منشأ اروپایی و منصوب به مقامات مختلف در اطراف جهان، همسران وابسته همسفرشان و خدمتکاران زن مهاجر فیلیپینی آنان اشغال کرده‌اند، به تصویر کشیده و روشن می‌کند. علاقه کشورهای قدرت‌مند و شرکت‌های عمده به جهانی‌سازی بیشتر برای از بین بردن موانع ملی در برابر کالاها و خدمات است تا تسهیل حرکت آزاد همه مردم.

فرهنگ‌های آوارگان قومی و ساختارهای جهانی

مهاجرت‌های آوارگان قومی چند قرن اخیر عمدتاً تحت تأثیر استعمار و ارتباط‌های تجاری و همچنین پیشرفت‌های دائمی در حمل و نقل و وسایل ارتباطی بوده است. همچنین به نظر می‌رسد رابطه‌ای بین درگیری اقتصادی کشورهای شمال در کشورهای جنوب و جریان متأخرتر انسان‌ها از کشورهای دوم به کشورهای اول بوده است. «ساسکیاسسن» (Saskia Sassen - ۱۹۹۶) اشاره می‌کند پیوندهای اقتصادی شامل تولید در خارج مرز، سرمایه‌گذاری خارجی در کشاورزی صادراتی، و قدرت شرکت‌های چندملیتی در بازارهای مصرف کشورهای در حال توسعه اغلب منجر به حرکت و مهاجرت انبوه مردم شده است.

مهاجرت‌های انبوه سده‌های ۱۷۰۰ و ۱۸۰۰ به رشد اقتصادی جدید در کشورهای «بر جدید»^۴ منجر شد (در حالی که همزمان اقتصادهای بومی را جابه‌جا کرد). این مهاجرت‌ها شامل حرکت بردگان از آفریقا، کارگران قراردادی از آسیا و مهاجران از اروپا می‌شد. به دنبال برداشتن موانع و محدودیت‌های سر راه مهاجرت‌های مبتنی بر نژاد در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰، آسیایی‌ها و آفریقایی‌ها به تعداد بیشتری شروع به مهاجرت به امریکای شمالی، اقیانوسیه (عمدتاً شامل استرالیا و زلاندنو - مترجم) و اروپا کردند. همچنین مهاجرت‌های عمده‌ای از امریکای لاتین به ایالات متحده صورت گرفته است. حرکت‌های مردم متعلق به منشأهای مختلف به قسمت‌های متفاوت جهان آوارگان قومی‌ای را به وجود آورده است که بر اساس دوره‌های مهاجرت، میزان ادغام در جوامع میزبان و ادامه پیوند با سرزمین مبدأ و همچنین با بخش‌های دیگر گروه فراملی خود، طبقه‌بندی می‌شوند. این طبقه‌بندی منجر به گوناگونی گسترده از جهت پیوندها و دلبستگی‌هایی شده است که چنین اجتماعات گسترده‌ای با یکدیگر دارند، حفظ رسوم آبا و اجدادی، زبان و مذهب، الگوهای ازدواج و به خصوص امکان ارتباط بین بخش‌های مختلف یک قوم آواره به تعیین مشخصه‌های آن کمک می‌کند. پویایی پیچیده تاریخی، اجتماعی و فرهنگی در درون گروه‌های خاص و در روابط آنها با سایر گروه‌ها به شکل گرفتن هویت‌ها در میان آوارگان قومی کمک می‌کند.

«مانداویل» (Mandaville) به این اجتماعات به مثابه اجتماعاتی که مدام در حال «ساخته شدن، به بحث گذاشته شدن و باز انگاشته شدن» هستند، می‌نگرد (۲۰۰۳، ص ۱۳۵).

راه‌هایی که در بین آوارگان قومی دنبال می‌شود اغلب یک طرفه نیست. این راه‌ها شامل تاریخچه‌هایی از زندگی است که دربرگیرنده رفت و برگشت مکرر به مکان‌های خاص در سراسر جهان است و در تسلسلی که بسته به خانواده‌ها و افراد گوناگون است، صورت می‌گیرد. علاوه بر نسخ‌های متعدد پیوند که بین میهن آبا و اجدادی و قوم آواره وجود دارد، مهاجران اجتماعات فراملی مقیم در قسمت‌های گوناگون جهان شبکه‌های پیچیده‌ای بین خود به وجود می‌آورند.

هویت‌هایی که از این شرایط گوناگون بروز می‌کنند، بدین ترتیب چند بنیانی هستند. در مقاله‌ای در مورد قوم آواره «چیکانو» (Chicano)، «آنجی چابرام - دمرسیان» (Angie Chabram - Demersesian) اشاره می‌کند:

این هویت‌ها از مواضع خاص اجتماعی و تاریخی با هم رودررو می‌شوند، از مواضع معارف و دانش‌های برآمده از شرایط هر گروه قوم آواره، از مواضع تجارب قوم‌نگاشتی گسست و پیوستگی، و از مواضع شبکه پیچیده‌ای از مذاکرات سیاسی که از طریق آن مردم تجارب اجتماعی و تاریخی خود را ثبت می‌کنند و روایت‌های متقابل خود گفته خویش را ارائه می‌دهند.

برخلاف شهروندان دولت‌های ملی، اعضای آوارگان قومی معمولاً دارای مدارک هویت گواه بر تعلق آنان به یک گروه یا گروه دیگر نیستند. آوارگان قومی همانندسازی قوی یا ضعیفی با اقوام مختلف جهان دارند. این تعلق‌ها ممکن است بر اساس گذر زمان یا بروز رویدادهایی در زندگی فردی یا گروهی افزایش یا کاهش یابد. برخی از آنان ممکن است با یک گروه آواره مذهبی مرتبط باشند که به لحاظ قومی بیش از یک گروه قومی - فرهنگی دارای گوناگونی است و برخی دیگر ممکن است با احساس

آسودگی با چندین گروه آواره یا با توده‌ای از مردم متعلق به مناطقی مانند امریکای لاتین، آسیای جنوبی یا افریقا درآمیزند.

به آوارگان قومی اغلب به مثابه جایگزین‌های ساختارهای سرمایه‌داری در سطح جهان نگریده می‌شود اما در بسیاری موارد آنان در فعالیت اقتصادی فراملی شرکت می‌کنند. از شبکه بانکی «روتشیلدز» (Rothschilds)، که در اروپای قرن نوزدهم ریشه دارد تا شرکت‌های جهانی مؤخرتر نظیر گروه «هیندوجا» (Hinduja Group)، تبارهای آواره قومی در معاملات جهانی بازیگران پیشگامی بوده‌اند. با ۴۵۰ میلیارد دلار، بازده اقتصادی ۵۵ میلیون چینی مقیم خارج کشور در اوایل دهه ۱۹۹۰ به طور تقریباً برابر یک میلیارد و دویست میلیون جمعیت داخل چین بود («سی‌گریو» - Seagrave - ۱۹۹۵). طبق نظر «کوت‌کین» (Kotkin)، «قبایل جهانی» (Global Tribes) به طور فزاینده‌ای سرنوشت اقتصادی بشر را شکل خواهند داد. سول (Sowell - ۱۹۹۶) اظهار می‌کند الگوهایی مشابه این، در زمینه دستاورد اقتصادی برخی گروه‌های قومی در استرالیا، ایالات متحده، آسیا و امریکای جنوبی مشعر به اهمیت سرمایه فرهنگی‌ای است که آنان به این سرزمین‌ها می‌آورند. به هر حال مطالعات عمدتاً معطوف به مشخصه‌های سرمایه‌داری برخی آوارگان قومی معمولاً از اهمیت تفاوت‌های گسترده، از جهت ثروت، تحصیلات و پایگاه اجتماعی موجود در درون این اجتماعات می‌کاهد. ری (Ray - ۲۰۰۳) به بعضی تفاوت‌های اجتماعی بین افراد متعلق به نسل‌های متفاوت می‌پردازد مانند هندی‌های فیجی (Fiji) متعلق به طبقه اجتماعی یا کاست (Cast) پایین و مهاجر به استرالیا و هندوهای طبقه اجتماعی یا کاست بالا که به طور مستقیم از هند می‌آیند.

صاحب‌نظرانی که از چشم‌اندازهای مطالعات فرهنگی و پسا استعماری به نگارش پرداخته‌اند، معمولاً آوارگان قومی را از نظر آرایش آنان در مقابل ساختارهای جهانی و ملی سلطه - و اقدام متقابل سلطه استعماری - نگریده‌اند. جون استراتون (Jon Stratton) و یانگ (Ien Ang) اظهار می‌کنند برای مهاجرت پسا استعماری به بریتانیا، «آنچه موقعیت آوارگی فراهم می‌آورد، امکان به دست آوردن یک هویت انگلیسی پسا

استعماری است، هویتی که به صراحت مبتنی بر پذیرش و موجه دانستن «به خانه آمدن» آن دیگری استعمارزده است» (۱۹۹۴، صص ۴-۳۸۳). موقعیت آواره قومی به مرزی فرهنگی بین کشور مبدأ و کشور محل اقامت تبدیل می‌شود - «فضای سوم» (Third Space) «هومو بهابها» (۱۹۹۴). این عرصه خلاقیت عمیق و پیشگام حاصل دلهره هستی‌شناختی مهاجری است که نه اینجا و نه آنجا است. او «متفکر مرزی آینه به دست» عبدالجان محمد (Abdul Jan Mohammed) است که «بین دو فرهنگ گرفتار آمده است... و به جای ترکیب آنها، این فرهنگ‌ها را مورد بررسی تحلیلی قرار می‌دهد». «گیلمو گومز - پنا» (Guillermo Gomez-Pana) تلاش می‌کند «نقشه‌نگاری شرارت‌بار نظم نوین جهانی را با نقشه ذهنی مرز نوین جهانی مقایسه کند - یک منطقه مرزی فرا و بین قاره‌ای، جایی که هیچ مرکزی در آن باقی نمی‌ماند» (۱۹۹۶).

در حالی که ساختارهای فرهنگی مسلط جهانی مأخوذ از اروپای غربی، به ویژه شرکت‌های مختلط رسانه‌ای، به شکل وسیعی تقویت می‌شوند، ظرف چند دهه گذشته آرای گوناگونی از کشورهای جنوب و از سوی آوارگان قومی پدیدار شده است که تلاش دارند جهان‌بینی‌های دیگری ارائه دهند. «الاشوهات» (Ella Shohat) و «رابرت استم» (Robert Stam) «مجموعه‌ای از راه‌بردهای متقابل» را بررسی کرده‌اند «که همراه هم از امکان متحول ساختن تولید صوتی - تصویری و آموزشی برخوردارند» (۱۹۹۴، ص ۱۰). آنان به زیبایی‌شناسی مقاومت در سینمای جدید در کوبا، برزیل، سنگال و هند و همچنین فیلم‌های آوارگان قومی، ساخته شده در کانادا، ایالات متحده و بریتانیا، اشاره می‌کنند. درست در بین آوارگان قومی آسیای جنوبی، انسان فهرستی از مؤلفان ورزیده را می‌یابد که شامل «حنیف قریشی» (Hanif Kureishi - انگلیس)، «سلمان رشدی» (هند / انگلیس)، «مونیکا علی» (Monica Ali - بنگلادش / انگلیس)، «وی.اس. نایپول» (V.S. Naipaul - ترینیداد / انگلیس)، «بهاراتی موکرچی» (Bharati Mukerjee - هند / کانادا / ایالات متحده)، «جهومپا لاهیری» (Jhumpa Lahiri - انگلیس / ایالات متحده)، «مایکل اُنداتجه» (Michael Ondaatje - سریلانکا / کانادا)، «شیام سلوادورایی» (Shyam Selvadurai - سریلانکا / کانادا)، «موتز واسانجی»

(Moez Vassanji - کنیا / تانزانیا / کانادا)، «روهیتون میستری» (Rohinton Mistry - هند / کانادا)، «آنیتا دسائی» (Anita Desai - هند / کانادا)، «آنیتا رائو بادامی» (Anita Rau Badami - هند / کانادا) و «سایریل دابایدین» (Cyril Dabydeen - گویان / کانادا)، می‌شود. این هنرمندان آواره قومی ظاهراً پیشگام تجدد و زندگی فرهنگی در کشورهای محل مهاجرتشان هستند اما در حالی که سایر شیوه‌های نگرستن به جهان را ارائه می‌کنند موضعی را ارائه نمی‌دهند که فعالانه در برابر گفتمان‌های مسلط جهانی مقاومت کند.

رسانه‌های آوارگان قومی

اهمیت نقش رسانه‌های قومی در جریان ارتباطات جهانی به طور ثابتی افزایش می‌یابد: زیربنای پخش رادیو تلویزیون خصوصی فراملی و خاص قومیت‌ها، جزء لازم اقتصاد جهانی به نحو فزاینده قومی است. تبلیغات و آگهی‌های تجاری از رادیو و تلویزیون‌های قومی، در زمانی که مخاطبان پراکنده هستند، از دید بازاریان دست‌اندرکار بخش‌های تجاری تخصصی سودآور، شیوه‌ای برای دسترسی به سکته در حال رشد اقلیت است. بزرگ‌ترین شبکه اسپانیایی زبان ایالات متحده، «اونیویزیون» (Univision) دارای ۱۱ ایستگاه پخش و ۱۹ شرکت وابسته است همچنین از طریق ۷۴۰ سیستم کابلی برنامه پخش می‌کند و ۹۲ درصد خانوارهای اسپانیایی زبان در ۱۶۲ بازار در سراسر امریکا آن را تماشا می‌کنند («کالینز» - Collins - ص ۶؛ همچنین مراجعه کنید به «داویلا» - Davila - ۲۰۰۱). با در دسترس بودن فناوری‌های جدید ارتباطی، آوارگان قومی قادرند با آسودگی فزاینده مواد، مطالب و موضوعات فرهنگی را از دیگر قسمت‌های جهان به دست آورند. دولت‌ها، مجبور کردن خود را به جذب اقلیت‌ها در فرهنگ مسلط ملی به نحو فزاینده‌ای دشوار می‌یابند.

رسانه‌هایی که برای آوارگان قومی برنامه پخش می‌کنند، با توجه به این که اجتماعات مزبور به نسبت کوچک و به نحو گسترده‌ای پراکنده‌اند، تشویق شده‌اند به جستجوی وسایل ارتباطی‌ای برآیند که دارای بیشترین کارایی و مقرون به صرفه باشند.

عموماً فناوری‌هایی که پخش برنامه برای مخاطبان خاص را امکان‌پذیر می‌کنند، به جای فناوری‌هایی که وسایل ارتباطات جمعی را فراهم می‌آورند، مورد اقبال بوده‌اند. رسانه‌های قومی، به خاطر روبه‌رو بودن با چالش‌های خاص در زمینه دستیابی به مخاطبان خود به کرات پیشگام‌گزینه‌ش فناوری بوده‌اند. «ماری گیلسپی» (Marie Gillespie) در مورد اجتماع‌های مقيم «ساس‌هال» (Southall) انگلیس اشاره می‌کند که این خانواده‌ها خیلی پیش از بیشتر خانوارهای بریتانیایی در ۱۹۷۸ دستگاه‌های ضبط ویدئویی را فراهم آوردند (۱۹۹۵، ص ۷۹).

در حالی که دولت‌های کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته ابراز نگرانی کرده‌اند که پخش مستقیم ماهواره‌ای حاکمیت آنها را تضعیف می‌کند (زیرا پخش برنامه‌های خارجی برای مردم کشورشان به شیوه‌هایی صورت می‌گیرد که تابع مقررات نیست)، این فناوری فرصت‌های قابل توجهی برای اجتماعات آوارگان قومی فراهم می‌آورد. سازمان‌های پخش تلویزیونی‌ای که برای قومیت‌ها برنامه پخش می‌کنند و پیش از این در کشورهای شمال دسترسی محدودی به فضا از طریق طیف الکترومغناطیسی داشتند، اکنون گزینه‌های بسیار بیشتری را می‌یابند که پخش مستقیم ماهواره‌ای برای آنها فراهم می‌کند. برای مثال مرجع عمده پخش رادیو تلویزیونی فرانسه یعنی شورای عالی صوتی تصویری (Conseil Supérieur de L'Audiovisuel) به طور جدی از سوی دولت راست میانه تشویق شد ایستگاه‌های عربی را از فهرست شبکه‌های کابلی مجاز حذف کند. واکنش شمار قابل توجهی از خانواده‌های مهاجر مراکشی این بود که مشترک سازمان‌های پخش مستقیم ماهواره‌ای شوند که از کشورهای عرب آن سوی دریای مدیترانه برای آنها برنامه پخش می‌کنند.

در پاییز سال ۱۹۹۵، بررسی انجام شده برای شرکت ماهواره‌ای اروپایی «یوتل‌ست» (Eutelsat) نشان داد ۲۱ درصد خانواده‌های عربی زبان فرانسه، در مقایسه با ۴ درصد کل جمعیت کشور، برای گیرنده‌های ماهواره‌ای هزینه کرده‌اند. یک سال بعد، تصور می‌رفت شمار خانوارهای عربی زبان دارای دیش‌های ماهواره‌ای دو برابر شده است («هارگریوز و محجوب» - Hargreaves & Mahdjoub - ۱۹۹۷، ص ۶۱).

پخش برنامه برای آوارگان قومی با استفاده از این فناوری در چند سال گذشته به طور تصاعدی فزونی یافته است. حتی وقتی شبکه‌های اصلی در اروپا در حال طرح‌ریزی برای عرضه پخش دیجیتال بودند، «تلویزیون اُربیت» (Orbit TV) در روم که در مالکیت عرب‌هاست و به وسیله آنان اداره می‌شود در ۱۹۹۴، پخش گسترده برنامه از طریق پخش مستقیم ماهواره‌ای را برای جوامع عربی هم در اروپا و هم در خاورمیانه آغاز کرده بود. یکی از جذاب‌ترین موارد استفاده از فناوری پخش مستقیم ماهواره‌ای در بافت خاورمیانه، یک ایستگاه تلویزیون ماهواره‌ای کردی موسوم به «مد - تی وی» (MED-TV) است (حسن‌پور، ۲۰۰۳).

این موردی از آوارگان قومی است که در درون و بیرون میهن تقسیم شده و تلاش دارند بقای خود را تأمین کنند و با سرکوب نیرومند، از طریق استفاده از فناوری ارتباطی، مقابله نمایند. «مد - تی وی» نه تنها از سوی دولت‌های کشورهای مختلف اطراف کردستان، بلکه از سوی نیروهای پلیس ضد تروریست در بریتانیا، بلژیک و آلمان با مخالفت روبه‌رو است.

چندین شبکه پخش مستقیم ماهواره‌ای ایجاد شده‌اند که برای آوارگان قومی آسیا برنامه پخش می‌کنند. «شبکه تلویزیون چین»^۵ که مرکز آن در هنگ‌کنگ است از ۱۹۹۴ برای آسیای شرقی، استرالیا، جزایر اقیانوس آرام و ایالات متحده برنامه پخش می‌کرده است. «پخش تلویزیون بین‌المللی»^۶ هنگ‌کنگ چندین بازار آسیایی و اجتماعات چینی را تقریباً در همه جا تحت پوشش دارد («برفیلد» - Berfield - ۱۹۹۷، ص ۳۱). برنامه‌های «کانال چینی»^۷ مستقر در لندن در بریتانیا و در خاک اصلی اروپا دریافت می‌شوند. شبکه دولتی هند «دوردارشان» (Doordarshan) برنامه‌های کانال بین‌المللی خود را به بیش از ۴۰ کشور گسترش داده است و تلویزیون ماهواره‌ای «زی تی وی» (Zee TV) در سال‌های جاری به مثابه یک شبکه هندی جهانی مورد اقبال عامه بوده است («توسو» - Thussu - ۲۰۰۰، صص ۹۹-۱۹۷). شبکه‌های ماهواره‌ای در کشورهای شمال عملی بودن ایجاد کانال‌های قومی را دریافته‌اند و آنها را به بخش لازم و مکمل خدمتشان تبدیل کرده‌اند.

«اونیویزیون» (Univision) و «تله‌موندو» (Telemundo) که دو شبکه از بزرگ‌ترین شبکه‌های اسپانیایی زبان در ایالات متحده هستند، تقریباً روی هر سیستم کابلی در امریکای لاتین قابل دسترسی هستند و در کشورهای کوچک‌تر و فقیرتر، ایستگاه‌های محلی اغلب صرفاً گزارش بخش‌های خبری «اونیویزیون» یا «تله‌موندو» را برای استفاده خود ضبط می‌کنند که این امر باعث می‌شود این شبکه‌های امریکایی به میزانی از اعتبار و تماشاگر دست پیدا کنند که در منطقه نادر است (روتر - Rother - ۱۹۹۶، ص ۴).

تصویری که اهالی امریکای لاتین از جامعه امریکا در جریان‌های خبری از شمال به جنوب مشاهده می‌کنند با تصویر ارائه شده به وسیله تلویزیون‌های اصلی امریکا و خبرگزاری‌های تلویزیونی جهانی بسیار متفاوت است. «اونیویزیون» و «تله‌موندو» از ارزش‌های خبری امریکای لاتین تبعیت می‌کنند که به تحلیل خبری، بیشتر از آنچه به وسیله تلویزیون‌های اصلی امریکا ارائه می‌شود، التفات دارند.

اجتماعات فراملی همچنین به استفاده گسترده از خدمات اینترنتی می‌پردازند. به نظر می‌رسد اینترنت به ویژه مناسب نیازهای اجتماعات آوارگان قومی باشد. شبکه جهانی رایانه‌ای در حال فراهم آوردن امکان ارتباط‌های به نسبت آسان برای اعضای اجتماعات مقیم در قاره‌های مختلف است. در برابر الگوی پخش تلویزیونی برای برقراری ارتباطات که، جدای از دسترسی محدود گروه‌های اقلیت به آن، تک بعدی، طبقه‌بندی شده و سرمایه‌بر است، رسانه‌های رایانه‌ای امکان دسترسی به نسبت آسان‌تر را فراهم می‌آورند و غیر تک‌بعدی، عمدتاً غیر طبقه‌بندی شده و به نسبت ارزان هستند. توانایی تبادل پیام با افراد در سمت دیگر کره زمین و داشتن دسترسی تقریباً آنی به اطلاعات اجتماع قومی، پویایی آوارگان قومی را تغییر می‌دهد و امکان ارتباط‌های به لحاظ کیفی و کمی بهتر را فراهم می‌آورد. در حالی که شمار امکانات نوشتاری و ترجمه نرم‌افزارهای رایانه‌ای افزایش می‌یابد، تعداد فزاینده‌ای از غیرانگلیسی زبان‌ها به این رسانه جذب می‌شوند.

گروه‌های پسا استعماری به اضافه آوارگان قومی قدیمی‌تر مانند یهودیان و کولی‌ها از طریق شبکه‌های رایانه‌ای به برقراری ارتباط بین قاره‌ای می‌پردازند. محتوای

پایگاه‌های اینترنتی آنان عمدتاً شامل اطلاعات فرهنگی، میراث قومی، اطلاعات تبارشناختی و مذهبی است. کشورهای در حال توسعه در دسترسی به این فناوری تا حد زیادی از کشورهای صنعتی عقب مانده‌اند. در نتیجه، اعضای گروه‌های آواره قومی در کشورهای شمال فعال‌ترین افراد در تولید منابع فرهنگی در شبکه جهانی رایانه‌ای هستند. به نظر می‌رسد یک انگیزه اولیه و اصلی اجتماعات مهاجر، بقا در برابر بازده فائز فرهنگ مسلط و غالب و محدودیت‌های دسترسی به صنایع فرهنگی در کشورهای محل اقامت باشد.

به نظر می‌رسد آوارگان قومی شرکت‌کننده در فضای مجازی می‌کوشند اجتماعی مجازی را به وجود آورند که ظاهراً فواصلی را که آنان را در جهان واقعی از یکدیگر جدا می‌کند برطرف سازند. پراکندگی جهانی آنان از کشور آبا و اجدادی ظرف دوره‌ای مشتمل بر چندین نسل نیز به ظاهر با جمع آوردن اعضای مختلف گروه آواره، برقرار کردن ارتباط در یک «چت روم» (chat room) یا «طاق گپ‌زنی» صورت معکوس گرفته است. زمان و فضا در این توصیف فراموش و زدوده شده‌اند تا از نو اجتماعی از آوارگان قومی به تبادل دانش فرهنگی حفظ شده طی دوران آوارگی پردازند. گروه‌های خبری نظیر گروه‌هایی با نشانی‌های اینترنتی soc_culture_sierraleone، soc_culture_jewish و alt_religion_zoroastrianism به ترکان که بیشتر آنان معمولاً از پیشینه‌های خاص قومی، فرهنگی یا مذهبی برخوردارند، امکان می‌دهند به برقراری ارتباط از هر کجا که به اینترنت دسترسی دارند، پردازند. بحث‌ها مشتمل بر موضوعاتی است که فرهنگ، ادبیات، تفریحات، سیاست و رویدادهای جاری در کشورهای مبدأ و محل اقامتشان را دربرمی‌گیرد.

گرچه گردهمایی مجازی آوارگان قومی (از طریق اینترنت) توجه انسان را به خود جلب می‌کند. واقعیت این است که آوارگان دسترسی یکسانی به ابزار رایانه‌ای ندارند، از سوی دیگر در این گپ‌زنی‌ها به تمام موضوعات پرداخته نمی‌شود. «آکا» (Ackah) و «نیومن» (Newman - ۲۰۰۳) توجه ما را به اهمیت مداوم مسافرت و تماس مستقیم انسان‌ها در زندگی آوارگان قومی جلب می‌کنند و تمایل به حذف کامل فضا و مکان و

جای دادن انحصاری اجتماعات فراملی در فضای مجازی را نقد می‌کنند. به رغم موجود بودن سازمان‌های تلویزیونی ماهواره‌ای که گروه‌های مختلف آوارگان قومی می‌توانند از خدمتشان استفاده کنند، «سون» (Sun - ۲۰۰۲) و «کانینگهام» (Cunningham) و «نگوین» (Nguyen - ۲۰۰۳) اشاره می‌کنند که شمار قابل توجهی از بینندگان بالقوه این تلویزیون‌ها مشترک آنها نیستند. موانع اصلی چنان که به نظر می‌رسد دسترسی به خدمات و هزینه‌های اشتراک است.

جهانی‌سازی از پایین

«ریچارد فالک» (Richard Falk) بین «جهانی‌سازی از بالا» و «جهانی‌سازی از پایین» تمایز قایل شده است. او اولی را به مثابه انعکاس «تشریک مساعی کشورهای پیشگام و عوامل اصلی ایجاد سرمایه» مشخص می‌کند (۱۹۹۳، ص ۳۹). در سطح روابط بین دولت‌ها، سیاست بین‌المللی و قوانین حاکم بر سایر اشکال ارتباطات فراملی شکل گرفته و نظارت می‌شوند. نهادهایی نظیر سازمان ملل (UN)، سازمان تجارت بین‌المللی (WTO)، اتحادیه بین‌المللی ارتباطات از راه دور (ITU) و سازمان جهانی ثروت‌های فکری (WIPO) در این سطح عمل می‌کنند. شرکت‌های فراملی نیز شرکت‌کنندگان عمده در جهانی‌سازی ارتباطات هستند. مضاف بر شرکت‌های جهانی که کارشان وسایل ارتباطی نیست اما در جریان‌های اطلاعاتی عظیم بین مرزی دخیل هستند، این شرکت‌ها شامل بازیگران بین‌المللی در عرصه وسایل ارتباطی نظیر خبرگزاری‌های جهانی، شرکت‌های تبلیغاتی عظیم و شرکت‌های رسانه‌ای و ارتباطات از راه دور هستند.

«جهانی‌سازی از پایین» عمدتاً به وسیله سازمان‌هایی صورت می‌گیرد که دارای پیوندهای محکم با دولت‌ها یا شرکت‌های بزرگ نیستند. از نمونه‌های آن می‌توان به نهادهای مدنی فراملی مانند «عفو بین‌المللی» و «صلح سبز» و مؤسسات امداد نظیر «کمیته بین‌المللی صلیب سرخ» و «پزشکان بدون مرز» اشاره کرد. انجمن‌های دانشگاهی و حرفه‌ای، سازمان‌های مذهبی، گروه‌های آوارگان قومی و نظایر آنها نیز با ایجاد

پیوندهای ارتباطی جنبی بین اعضا در قسمت‌های مختلف جهان در جهانی‌سازی از پایین سهمیم هستند. آنها ممکن است مستقیماً مخالف فعالیت‌های بین‌المللی دولتی یا شرکت‌های فراملی نباشند، اما به هر حال از آنها متمایز هستند.^۸

به جای پرداختن به این که مهاجرت‌های تاریخی را به طور عینی و واقعی معکوس سازند، بیشتر تولیدات فرهنگی آوارگان قومی دربرگیرندهٔ ایجاد فضای انگاشتی در کنار نقشه‌های جغرافیایی موجود است. در برابر نیروهای همگن‌ساز جهانی‌سازی، آوارگان قومی به مثابهٔ ملت‌های رانده شده از قلمرو خود، در جستجوی شیوه‌هایی برای «قلمروسازی مجدد» و «تثبیت مجدد» هویت‌هایشان در سایر تصورات از فضا و مکان هستند («لال» - Lull - ۱۹۹۵، ص ۱۵۹). آنان در حالی که از میهن آبا و اجدادیشان رانده شده‌اند، درمی‌یابند که «قومیت مکان یا فضایی ضروری است» («هال» - Hall - ۱۹۹۷، ص ۱۸۴) که از آن می‌توانند برای مقابله با گفتمان‌های مسلط به ابراز نظر بپردازند. «هال» به این فرایند به مثابهٔ فرایندی می‌نگرد که در عرصه «پسا نوگرایی جهانی» (ص ۱۸۴) صورت می‌گیرد، عرصه‌ای که «فضایی بی‌اندازه ضد و نقیض است» (ص ۱۸۷): در حالی که او می‌پذیرد در تأکید بر قومیت، خطر ملیت‌گرایی افراطی وجود دارد، همچنین در تقابل با وصف قطبی شدهٔ «بنجامین باربر» (Benjamin Barber) در اثری به نام «جهاد در برابر مک‌وُردل» (Jihad vs. McWorld - ۱۹۹۵)، فرصت‌های مناسب عظیمی را در قدرتمندی محل‌گرایی مشخص می‌کند. به رغم پیش‌بینی صورت گرفته در مورد نفوذ رو به افول مرزها تحت فشارهای جهانی‌سازی، فضاهاى خاص دولت‌های ملی عمدتاً به انحصاری بودنشان ادامه می‌دهند. اما آوارگان قومی با تلاش در ایجاد فضاهاى به یکدیگر متصل شده خاص خود که محیط‌های فرهنگی ملی و فراملی را با هم مرتبط می‌کنند، این قلمروگرایی را با چالشی قابل توجه روبه‌رو می‌کنند. آنها بین محل‌گرایی و جهان‌گرایی، بین استعمارگری و پسا استعمارگری ارتباط ایجاد می‌کنند.

قدرت فرهنگی استعمار انگلیس چنان بوده است که بچه‌های افریقایی و آسیایی درس خوانده در بسیاری مستعمرات سابق معمولاً در مورد جانوران و گیاهان انگلیس

بیش از جانوران و گیاهان کشورهای خودشان می‌دانند. آنان از جزئیات تاریخ انگلیس اشباع شده‌اند. در بسیاری اذهان در اطراف جامعه مشترک‌المنافع، پایتخت استعماری قدیمی، لندن، مرکزی و بقیه حاشیه‌ای باقی مانده است. اما این جغرافیای انگاشتی اکنون به طور فزاینده‌ای در تولیدات فرهنگی معاصر آوارگان قومی به چالش گرفته می‌شود. «کلودیا اگری» (Clowdia Egerer) نمونه‌ای برگرفته از نوشته حنیف قریشی را ارائه می‌کند، که در انگلیس زاده شده است و دارای تبار پاکستانی است:

لندن از دید قریشی شهری است که در آن جغرافیای گذشته استعماری بر پایتخت نوین انگلیس سایه افکنده و وضعیت حاضر پسا استعماری آن را ایجاد کرده است. لندن شهری دورگه است که در آن محل‌گرایی و جهان‌گرایی با حالت بی‌ثباتی همزیستی دارند، مکانی اشباع شده از معانی متضاد که از فهم آسان‌گریزاند و بدین ترتیب ممکن است در جهت «تولید اشکال جدید دانش، شیوه‌های جدید تفکیک و افتراق و پایگاه‌های جدید قدرت»^۹ به کار روند.

این لندن - که دیگر کلان شهر انگلیس استعمارگر و یک شهر پسا استعماری جهانی نیست - ممکن است به مثابه استعاره‌ای برای نیروی دگرگونی مولود تحرک‌های جمعیتی به کار رود که سرانجام استعمار آن را به راه انداخت («اگری»، ۲۰۰۱، ص ۱۶).

این که فعالان فرهنگی آوارگان قومی در جابه‌جایی طراحی‌های فرهنگی مسلط دخیل هستند یا نه قابل بحث است زیرا جهان‌بینی‌های اروپا - محور (Eurocentric) هنوز در سراسر جهان مسلط هستند اما در حالی که انگاشت‌های آوارگان قومی از فضا و مکان لزوماً جغرافیای مسلط را جابه‌جا نمی‌کند، آنچه بروز می‌کند همزیستی کثیری از نقشه‌کشی‌های فرهنگی است که از سوی مجموعه‌های زنده‌ای از ادبیات و همچنین سایر اشکال فکری و هنری حمایت می‌شوند.

«برّ جدید» معاصر نیز پایگاه بازانگاشت‌های آوارگان قومی است. «استوارت هال» (Stuart Hall) شیوه دیگری را ارائه می‌دهد که از طریق آن فضای استعماری به «قلمرو سینمای (برّ جدید) سوم» حوزه دریای کارائیب تبدیل شده است:

وجود ناپیدای «برّ جدید» سوم آن قدر مبحث قدرت نیست که مبحث زمین، مکان و قلمرو است. «برّ جدید سوم» نقطه پیوندی است که در آن بسیاری از شاخه‌های فرهنگی با هم برخورد می‌کنند؛ سرزمینی «خالی» (استعمارگران اروپایی آن را خالی کردند)، که در آن بیگانگانی از هر یک از دیگر قسمت‌های کره زمین با هم رو در رو شدند. هیچ یک از مردمی که اکنون این جزایر را در اشغال دارند - سیاهان، تیره پوستان، سفیدپوستان، افریقایی‌ها، اروپایی‌ها، امریکایی‌ها، اسپانیایی‌ها، فرانسوی‌ها، هندی‌ها، چینی‌ها، پرتغالی‌ها، یهودی‌ها و هلندی‌ها - در ابتدا بدانجا تعلق نداشتند. این فضایی است که در آن آمیختگی‌های زبان‌های مادری و همگونی‌ها و جذب فرهنگی اجتماعی و تلفیق‌های فکری و فلسفی مورد توافق قرار گرفتند («هال»، ۲۰۰۰، ص ۳۰).

فیلم‌های کشورهای حوزه دریای کارائیب، که خود هم بازتاب و هم جایگاه دورگه بودن هستند، محرک فرهنگی‌ای می‌شوند که نقشه فضاهای از قبل علامت‌گذاری شده استعمار را از نو طراحی می‌کنند. «هال» تأکید می‌کند نبود تجانس ابراز شده در اینجا نه تنها به مخالفت با جغرافیای طبقه‌بندی شده و ذاتی‌گرای انسانی می‌پردازد بلکه در تقابل با آن مفهوم آوارگی قومی قرار دارد که لزوماً شامل بازگشت به میهن آبا و اجدادی «مبدأ» است، رویایی که معمولاً دربرگیرنده آوارگی مردم دیگر است (ص ۳۱).

اجتماعات مهاجر تلاش دارند (حتی «به طور موقت») در محیط‌های فرهنگی دور از میهن آبا و اجدادی خانه و مأوا بگیرند. «جان وایز» (John Wise - ۲۰۰۰) اظهار می‌کند مشخص کردن یک فضا به مثابه خانه و مأوا انسان دربرگیرنده آمیختن آن مکان با ضرباهنگ‌های زبانی و فرهنگی خود است. از نو قلمروسازی از طریق اصوات و حرکت - یعنی وزن و آهنگ صدا و کنش - صورت می‌گیرد. در یک فضا یا مکان

زبان‌ها و لهجه‌هایی که افراد بدان سخن می‌گویند و آئین‌هایی که اجرا می‌کنند، پیوندهای فرهنگی آن مکان با ساکنانش را تثبیت می‌کند و بدان هویت می‌بخشد. آوارگان قومی با القای چنین طنینی در فضاهایی که خود را در آن می‌یابند از نو خانه و مأوایی برای خود ایجاد می‌کنند. آنان این کار را با کاربرد زبان‌هایشان، رسومشان، اشکال فرهنگی و آرایش اعیان و اندیشه‌هایشان انجام می‌دهند. رسانه‌های آنان به ویژه رسانه‌های رایانه‌ای از طریق طنین بسامدهای الکترو مغناطیسی، آوارگان قومی را در قلمرو جدیدی جای می‌دهند. به هر حال محیط‌های فرهنگی‌ای که آوارگان قومی سعی دارند به وجود آورند محدود به مرزهای دولت‌های ملی نیست. ضرباهنگ‌های فرهنگی آنان به شکلی فراملی طنین‌افکن می‌شود تا فضاهایی را علامت‌گذاری و مشخص کند که در بین قاره‌ها گسترش یافته‌اند.

این «فراقلمرو» («شولت» - Scholte - ۱۹۹۶) آوارگان قومی با دگرگونی محیط فرهنگی، به شکلی انگاشتی، ایجاد و بدان تداوم داده می‌شود: این فراقلمرو مکان عینی نیست بلکه مکانی هستی‌شناختی است که به طور مداوم به طنین رسوم فرهنگی متکی است. آوارگان قومی در حالی که تلاش می‌کنند هستی خود را از زیر آوار شرایط تاریخی استعمار و یا مقتضیات جاری «جهانی‌سازی از بالا» بیرون کشند و از نو تعریف و دگرگون سازند، فضا را به مثابه یک مکان هستی‌شناختی به شمار می‌آورند. این پویایی‌ها در زمینه فضا‌سازی انگاشتی هستند؛ آنها معمولاً دربرگیرنده به دست آوردن و تصاحب قلمرو نیستند بلکه لزوماً در بازاندیشی نقشه‌نگاری‌های مسلط درگیرند. آوارگان قومی به شکلی مجازی در فضای روابط ادامه یافته در چهارچوب یک محیط فرهنگی فراملی زیست می‌کنند. آنان به وسیله و در «فضای جریان‌های فرهنگی اطلاعاتی» با یکدیگر منسجم شده‌اند - در رسانه‌های جمعی، ارتباطات از راه دور، ارتباط‌های رایانه‌ای و نظایر آن - فضایی [که] قلمرویی است که در آن مذاهب، ملل، طبقات، جنسیت‌ها، نژادها، تمایلات جنسی، نسل‌ها و نظایرشان به طور مداوم همپوشی و ارتباط دارند تا هویت‌ها و وابستگی‌های پیچیده و متغیری را ایجاد کنند («شولت»، ۱۹۹۶، ص ۵۹۷).

اما فضای آوارگان قومی توأم با تک‌گویی نیست. همان گونه که «آسو آکسوی» و «کوین رابینز» (Asu Aksoy ; Kevin Robins) در مورد تماشاگران تلویزیون ماهواره‌ای ترکیه در انگلیس نشان می‌دهند، تماشای تلویزیونی که به طور زنده از میهن پخش می‌شود، به طور خودکار زمان و فضا را به حالت تعلیق در نمی‌آورد. شبکه‌های رسانه‌ای آوارگان قومی به سختی حضور روزانه فرد را در مکانی که وی با سایر فرهنگ‌ها تعامل دارد و محتوای رسانه‌های محلی را مورد استفاده قرار می‌دهد، بی‌اثر می‌کنند. «سانتیانی» (Santiani - ۲۰۰۳) به بررسی این امر می‌پردازد که چگونه رسانه‌های بودایی‌های تبتی آواره به عمد تلاش دارند در خارج از حیطه اجتماع قومی همبستگی ایجاد کنند. دورگه بودن، در اشکال گوناگونش، به طور دائم مفاهیم ذاتی‌گرایی و انحصارگرایی را، که اغلب همراه مفهوم‌پردازی سنتی از آوارگی قومی است، به چالش می‌گیرد. ما همچنین باید تشخیص دهیم که صرف وجود رسانه‌های آوارگان قومی بدین معنی نیز نیست که همه اعضای یک گروه، یا حتی اکثریتی از آنان بدانها دسترسی دارند یا به استفاده از آنها علاقه‌مندند («آکا» و «نیومن» - Ackah & Newman - ۲۰۰۳).

آوارگی قومی در چهارچوب‌های ارتباطات بین‌المللی

اثر منتشر شده از «حمید مولانا» در ۱۹۸۶ با عنوان «اطلاعات جهانی و ارتباطات جهانی»^{۱۰} بازتاب کوششی بود برای ارائه یک بررسی جامع از ارتباطات بین‌المللی - تجلی و مطالعه آن. در این اثر او سه طبقه از عوامل عرصه ارتباطات بین‌المللی را در جدولی قرار داد که روابط بین منابع و دریافت‌کنندگان اطلاعات را وصف می‌کرد؛ این عوامل «دولتی»، «فراملی» (شرکت‌های فراملی) و «فردی» (ص ۱۶) بودند. «قومیت‌ها و اقلیت‌ها» در بین آماج و هدف‌های تأثیر جریان اطلاعات فهرست شدند، نه به عنوان فاعل‌ها و مُبدع‌های آن. دومین ویراست شرح و بسط داده شده این کتاب همان طرح را از نو ارائه کرد (۱۹۹۷، ص ۳۷)، اما شماری از سؤال‌های تحقیقاتی برای قرن بیست و یکم را نیز مطرح کرد که مشتمل بر سؤال زیر بود:

«آیا تحقیقات ارتباطی در درک پویایی نظام‌های جهانی نوین در قالب مطالعه و بررسی عوامل فراملی، تقسیم کار بین‌المللی، مهاجران، پناهندگان و نخبگان غیردولتی در حیطه‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و نظامی، یعنی در قالب مطالعه و بررسی آنها که کنش‌ها و واکنش‌هایشان مرزها را نادیده می‌گیرد و فی‌نفسه به طور رسمی و غیررسمی زمینه‌های جدیدی را در عرصه‌های قدرت و اقتدار، چانه‌زنی و معامله و مذاکرات، ایجاد کرده‌اند، نقشی ایفا می‌کند؟» (ص ۲۳۱).

«مولانا» همچنین سؤال کرده است: «چگونه نظام‌های نوین دولت‌های ملی با نامی که دال بر حق حاکمیت ملی غیرمذهبی آنهاست از عهده مقابله با مکتب‌های مذهبی سیاسی در حال پیدایش نظیر اسلام، که بر جامعه جهان شمول یا امت مبتنی است، برمی‌آیند؟» (ص ۲۳۰). این سؤالی است که او در آثار بعدی خود دنبال کرده است، از جمله در اثری که در شماره حاضر این نشریه چاپ شده است.

اشاره به «آوارگی بزرگ در بازار کار»، البته خیلی به اختصار در زمینه خبرهای حاکی از برخورد فرهنگی در کشورهای شمال در اثر «آرماند ماتلارت» (Armand Mattlart) به نام «ترسیم نقشه ارتباطات جهانی»^{۱۱} نیز آمده بود. ارتباطات آوارگان قومی هنوز به بخش عمده‌ای در متون مربوط به ارتباطات بین‌المللی تبدیل نشده است، به استثنای مواردی که در آن گاه بخش‌هایی از فصول کتاب‌ها و آثار بدان اختصاص داده شده است («توسو» - Thussu - ۱۹۹۸، ۲۰۰۰). به هر حال از دهه ۱۹۹۰ مجموعه‌ای از تک‌نگاری‌ها و مجموعه آثار ویراستاری شده مرتبط با استفاده از رسانه‌ها به وسیله اجتماعات فراملی، پدیدار شده‌اند («نفیسی» - Naficy - ۱۹۹۳، ۲۰۰۱؛ «گیلسپی» - Gillespie - ۱۹۹۵؛ «کولار - پانوف» ۱۹۹۷؛ «ایکلمن» - Eickelman - و «اندرسون» - Anderson - ۱۹۹۹ «کانینگهام» و «سینکلر» ۲۰۰۰؛ «بونت» - Bunt - ۲۰۰۰، ۲۰۰۳؛ «سون» ۲۰۰۰؛ «کریم» ۲۰۰۳). مقاله «نارن چیتی» (Naren Chitty) در این شماره در چهارچوب جدول ماندش از ارتباطات بین‌المللی جای کاملی را به «گروه‌های قومی - تاریخی» اختصاص می‌دهد.

«ماتلارت» تعمق در مورد یک «فضای سوم بین‌المللی» را ترغیب کرده بود - «مکانی بین منطق بین بازاری و منطق بین کشوری که به ترتیب واسط عمل‌گرایی تاجر و سیاست واقع‌گرایی حاکمی هستند که خرد اداره کشور دست و پای او را بسته است» (۱۹۹۴، ص ۲۳۴). در این بیان او به بُعدی در روابط جهانی اشاره کرده است که از بُعد فعالیت‌های دولت‌های ملی یا نهادهای بین‌المللی و همچنین فعالیت‌های صاحبان منافع تجاری متمایز است. این فعالیت‌ها احتمالاً توسط سازمان‌های مدنی فراملی و همچنین آوارگان قومی صورت می‌گیرد.

به هر حال به نظر می‌رسد «ماتلارت» در اشاره به این که همه روابط تجاری نه تنها روابط تجاری شرکت‌های بزرگ، از فضای سوم جهانی غایبند، ساده‌اندیش باشد. همان گونه که در بالا دیدیم، آوارگان قومی از رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی استفاده می‌کنند که به وسیله شرکت‌های بزرگ و کوچک ایجاد و عمدتاً اداره می‌شوند. به علاوه آوارگان قومی‌ای که گاه بخشی از کارگران مهاجر بوده‌اند، اغلب شرکت‌های تجاری‌ای ایجاد می‌کنند که برخی از آنها دارای دامنه‌ای فراملی هستند.

برخی کشورها در تلاشند که به دلایل اقتصادی و سیاست خارجی از انسجام آوارگان قومی فراملی حمایت کنند. دولت‌هایی نظیر دولت‌های هند و اسرائیل سیاست‌های مبسوط و مفصلی را فراهم کرده‌اند تا با آوارگان جهانی مربوط ارتباط داشته باشند و وزرایی را در هیئت دولت منصوب کرده‌اند تا بر اجرای این سیاست‌ها نظارت کنند. «سون» نشان می‌دهد که پکن چگونه از نمادگرایی ملی و پخش برنامه‌های برون‌مرزی استفاده می‌کند تا یک «چین فراملی» به وجود آورد (۲۰۰۲، صص ۲۱۶-۱۸۳).

«حسن‌پور» (۲۰۰۳) شرح داده است که ملت کرد چگونه به شکلی فراملی، از طریق ماهواره و به رغم نبود قلمرویی کشوری زندگی می‌کند. «رود زیبایی‌های سفیدپوست» که در زیمباوه زندگی می‌کنند، مدت‌ها پس از، از میان رفتن کشورشان، به انسجامشان به شکل محاوره‌ای مشترک از طریق گروه‌های گپ‌زنی اینترنتی ادامه می‌دهند.

مطالعه ارتباطات بین‌المللی نمی‌تواند قدرت فزاینده جریان‌های اطلاعاتی آوارگان قومی و تأثیر آنان را بر نظام دولت‌های ملی نادیده بگیرد. نظام دولت‌های ملی از نابود شدن به دور است اما دستخوش دگرگونی مهمی است. فناوری‌های معاصر در زمینه مسافرت و ارتباطات به شکلی گسترده، کارگزاری عوامل متعلق به آوارگان قومی را در ارتباطات بین‌المللی افزایش داده است. آنها در شکاف‌های فرهنگی در درون و بین دولت‌های ملی قرار گرفته و فضاهای فرهنگی آوارگان قومی را به یکدیگر متصل می‌کنند و این امر در حال ایجاد نوآوری و خلاقیت در بین آنان است و آنان را تشویق می‌کند در گزینش فناوری و تولید محتوا پیشگام باشند. فضاهای فراملی‌ای که آنان به وجود آورده‌اند در حال هدایت دولت‌های ملی به ارزیابی و سنجش مجدد خویش است.

هیچ چهارچوب تحلیلی معاصری که تلاش دارد در زمینه ارتباطات بین‌المللی جامع باشد نمی‌تواند به حق آوارگان قومی (یا عوامل مدنی فراملی) را نادیده بگیرد. آوارگان قومی با ملت‌ها در مشخصه‌های اساسی (البته انگاشتی) قومیت سهیم هستند و به مثابه فراملی‌ها شمار دسته بازیگران عرصه روابط بین‌المللی را افزایش داده‌اند. آنان جای دولت‌های ملی را نمی‌گیرند بلکه خود را در درون و در بین آنها قرار می‌دهند. آنان یکدیگر را قطع می‌کنند بدون این که لزوماً یکدیگر را بشکافند. ارتباطات آوارگان قومی بدون این که در تلاش برای واژگون ساختن سایر اشکال ارتباطات جهانی باشد، آنان را به چالش می‌گیرد؛ بی‌تردید این امر به زیربناهای آنان منوط است. نظریه آوارگی قومی هنوز در دست تدوین است. مطالعه آن عرصه‌ای میان رشته‌ای و مهیج را در برابر محققان حیطه جریان‌های اطلاعاتی می‌گشاید زیرا فراملی‌گرایی در زمان معاصر در شکل‌گیری شیوه‌هایی که مردم از طریق آن با یکدیگر در بین کشورها و قاره‌ها تعامل دارند، نقش مهمی بازی می‌کند.

پی‌نوشت‌ها

۱- البته دولت‌های قدرتمند نسبت به کشورهای ضعیف‌تر از توانایی‌های بیشتری برای حفظ نظارت ملی در برابر سازمان‌های بین‌المللی برخوردارند.

2- Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism (1983)

۳- «آسو آکسوی» (Asu Aksoy) و «کویین رابینس» (Kevin Robins) گرایش مفهوم «اجتماع انگاشتی» را به ذاتی کردن آوارگی‌های قومی نقد می‌کنند.

4- New World (به معنی بر جدید یا قاره امریکا - مترجم)

5- Chinese Television Network

6- Television Broadcasts International

7- Chinese Channel

۸- «فالک» تمایل دارد مفهوم خود از «جهانی‌سازی از پایین» را به گروه‌هایی محدود سازد که فعالانه در تقابل با نفوذ دولت‌ها و شرکت‌های بزرگ درگیرند اما من ترجیح می‌دهم این مقوله را تعمیم دهم تا آنها را نیز که چنین نمی‌کنند، دربرگیرد.

۹- نقل قول از «هومی بهابها» (۱۹۹۴، ص ۱۲۰)

10- Global Information and World Communication

11- Mapping World Communication

رویکرد پست مدرنیستی به رسانه

عباس محمدی شکبیا و نادر منصور کیایی*

چکیده

پست مدرنیسم که در آغاز به مثابه جنبشی در هنر پدید آمد، بر همه حوزه‌های فلسفی، معرفتی و علمی تاثیر گذاشت. این تاثیر البته در مطالعات ارتباطی و رسانه‌ای دو چندان است زیرا مطالعات ارتباطی خود ماهیتی بین رشته‌ای دارند. نظریه‌های پست مدرن با عقلانیت نهفته در دیدگاه‌های مدرن در تناقض و تنافر اساسی است و بر وجهه فرهنگی، بومی و محلی اندیشه‌ها تاکید می‌کند. تفکر پست مدرنیستی، در این تصور که رسانه‌ها واقعیت را منعکس می‌کنند، تردید ایجاد می‌کند. آنچه رسانه‌ها در اختیار ما می‌گذارند، جهانی از نشانه‌هاست و نه دنیایی از ایزه‌ها؛ و نشانه‌ها، رونوشت و الگویی از رویدادهای واقعی هستند و آنچه ما واقعی می‌پنداریم، شکل گسترده‌ای از آن چیزی است که رسانه‌ها آن را واقعی نشان می‌دهند. نشانه‌ها و تصاویر فرهنگی رسانه‌ها، ما را از هر سو بمباران می‌کنند. بودریار، با مفهوم واقعیت مجازی، و دی برد، با به کارگیری مفهوم جامعه مناظر، به رابطه یکسویه رسانه‌ها و انفعال تماشاگر و یا مخاطب اعتقاد دارند. از نظر آنان در گذشته رسانه‌ها واقعیت را منعکس می‌کردند اما اکنون آنها واقعیت را می‌سازند.

ایده معروف «رسانه همان پیام» است. بیشتر با تفکر پست مدرنیستی از رسانه همسوست. برای رسانه می‌توان دو ویژگی انتقال و تعیین‌کنندگی قائل شد. ویژگی تعیین‌کنندگی که از سوی آلتوسر رواج یافته، متضمن این معناست که رسانه‌ها می‌توانند در مقاطع متفاوت چگونگی به گفتار در آمدن یا روایت‌های خارج از خود را تعیین کنند. برای مثال، در مقطعی، دستگاه رسانه در موقعیت تعیین‌کنندگی قرار می‌گیرد و مشخص می‌سازد کدام روایت از نظم اجتماعی، شهروندی، فرهنگ، توسعه... به گفتار درآید و کدام خاموش بماند. رویکرد انتقالی نوعی ویژگی مدرنیستی را نمایان می‌سازد و رویکرد تعیین‌کنندگی (رسانه همان پیام است) نوعی ادعای پست مدرنیستی است.

این نوشتار، علاوه بر بررسی رابطه میان تفکرات پست مدرنیستی و رسانه‌ها و توجه به دو حوزه تلویزیون و فضای سایبر، کارکردهای رسانه را نیز مورد بحث قرار داده است.

مقدمه

پست مدرنیسم که در ابتدا به عنوان جنبش و حرکتی در معماری و هنر پدیدار آمد به تدریج بر همه حوزه‌های معرفتی و علمی تاثیر گذاشت. این تاثیر به ویژه در زمینه مطالعات ارتباطی دو چندان است، زیرا این حوزه خصلتی بین رشته‌ای دارد و مبانی نظری آن برگرفته از سایر حوزه‌هاست، به همین دلیل تاثیرگذاری رویکرد پست مدرنیستی هم بر رشته‌ها و حوزه‌هایی است که ارتباطات از آنها تاثیر پذیرفته است و هم بر خود حوزه ارتباطی.

ویژگی‌های تفکر پست مدرنیستی را می‌توان به شرح زیر خلاصه کرد:

- ۱ - پست مدرنیسم پرسشهای اساسی در برابر مدرنیته ایجاد می‌کند.
- ۲ - پست مدرنیسم در همزیستی و انطباق با عصر رسانه‌هاست، رسانه‌ها از بسیاری جهات جدی، پویا محور، روح زمانه و ویژگی شاخص و تعیین کننده پست مدرنیسم به شمار می‌روند.

- ۳ - تاکید بر وجه محلی یا بومی در تفکر پست مدرن بر قطب‌بندی جهانی و فردی و عینی و ذهنی در تفکر مدرن پیشی می‌گیرد.
- ۴ - تفکر پست مدرن بر بازی‌های زبانی نامتجانس و ناهمگون، امور ناموافق، بی‌ثباتی‌ها و ناپایداری‌ها، گسست‌ها و تضادها تاکید دارد.
- ۵ - تفکر پست مدرن بر نوعی محسوسیت و معقولیت تزکیه شده نسبت به چیزهای ظاهری در سطح تاکید می‌ورزد. در عرصه رسانه‌ها، متون و تصاویر، به دنیای بیرونی فراتر از دال‌ها اشاره ندارند، بلکه بیشتر به مدلول‌ها، متون و تصاویر دیگر اشاره می‌کنند.
- این نوشتار، به بررسی رابطه مطالعات ارتباطی و تفکر پست مدرنیستی می‌پردازد. از جمله مباحثی که در این حوزه قابل بحث است، نگاه تفکر پست مدرن به واقعیت، تعریف و ویژگی‌های رسانه، کارکردهای رسانه و تحلیل و بررسی رسانه‌ها است. در اینجا به دو مورد تلویزیون و فضای سایبر پرداخته شده است.

پست مدرنیسم و رسانه‌ها

رسانه‌های جمعی عنصری مرکزی در دوره پست مدرن هستند. زیرا آنچه ما واقعی می‌پنداریم، شکل گسترده چیزی است که رسانه‌ها واقعی می‌خوانند. نشانه‌ها و تصاویر فرهنگی رسانه‌ها ما را از هر سو بمباران می‌کنند. به گفته بودریار (Baudrilart)، ما وارد جهان وانموده‌ها (Simulacra) شده‌ایم. این نشانه‌ها، همچون رونوشت یا الگویی از ابژه‌ها یا رویدادهای واقعی عمل می‌کنند. در دوره پست مدرن، وانموده، چیزی بیش از یک رونوشتی از جهان نیست. واقعیت اجتماعی را رمزها (Codes) و الگوهایی که ادعا می‌کنند واقعیت صرف را بازتاب می‌دهند، می‌سازند.^۱ این گفتار می‌تواند تصویری از درک رایج و عمومی در مورد تأثیر پست مدرنیسم بر مطالعات رسانه‌ای نشان دهد. در عین حال واقعیت این است که این گفتار و تعبیرهای مشابه، رویکرد غالب را در مطالعات رسانه‌ای تشکیل می‌دهند و پیش از آن که به چگونگی کارکرد پست مدرنیستی رسانه‌ها اهمیت بدهند، بر پیامدهای رسانه‌ها تأکید می‌کنند و از این رو گزاره

«رسانه» و «مطالعات رسانه‌ای» در پست مدرنیسم، با همه اهمیت، موضوع فراموش شده‌ای است.

بر این اساس از پیش می‌توان گفت که «تعریف پست مدرن رسانه» نیز با دشواری روبه‌رو است.

واقعیت مجازی و جامعه متناظر

مطالعه رسانه‌ها، به طور فزاینده‌ای در عصر پست مدرن اهمیت یافته و نظریه پست مدرن، پرسش‌های مهمی را پیش روی نظریه‌پردازان رسانه‌ها قرار داده است. «واقعیت» یکی از شایع‌ترین این پرسش‌هاست. مایک آندر وود معتقد است پرسش از واقعیت در مرکز این بحث‌ها قرار دارد. از نظر او هرگونه تفاوت و یا تمایز بین واقعیت و خیال گمراه کننده است.

ژان بودریار عمیقاً متأثر از دی برد و الگوی موقعیت‌گرایی او بوده است. هر دو درگیر توسعه مطالعه در مورد مصرف و رسانه‌ها بوده‌اند و هر دو بر روابط رسانه‌ای شده، تاکید و مخاطب را به تماشاگر منفعل تبدیل کرده‌اند. دی برد با «جامعه مناظر» و بودریار با «فراواقعیت» و وانمایی بر یک سوئی رسانه‌ها و تماشاگر بودن مخاطب تاکید می‌کند. او معتقد است در گذشته رسانه‌ها واقعیت را منعکس می‌کردند اما اکنون واقعیت را می‌سازند، به گونه‌ای که واقعی‌تر از واقعیت به نظر می‌رسد. او در «اقتصاد سیاسی نشانه‌ها» می‌گوید، در حالی که مدرنیته، بر تولید محصولات و در نتیجه مصرف آنها متمرکز بود، در پست مدرنیته بیشتر نشانه‌های کالاها را مصرف می‌کنیم و با نوعی اشباع نشانه‌ها روبه‌رو هستیم. بودریار در اثر دیگر خود، درباره فریب (اغوا) به الگوی رسانه‌های گرم و سرد می‌پردازد و با کمک زمینه‌های نظری که فراهم می‌آورد، نتیجه می‌گیرد همه رسانه‌های مسلط سرد هستند. رسانه‌های جدید برای وانمایی (Simulation)، آن گونه که واقعی‌تر از واقعیت به نظر برسند، از انواع تکنیک‌های نشانه‌شناختی و دلالت استفاده می‌کنند، در حالی که رسانه‌های گرم به جهت ویژگی بازنماییانه به آسانی مصرف می‌شوند و به این تکنیک‌ها نمی‌پردازند. بودریار همه اینها را

با نوشته «فاتح‌های برای رسانه‌ها» به این صورت جمع‌بندی می‌کند که رسانه‌ها در واقع نفوذ و تحمیل الگوها نیستند. از نظر او، رسانه اساساً همان مدل است و این یعنی نتیجه‌گیری از همان الگوی اشباع نشانه‌ای.

بودریار اغلب مهم‌ترین چهره در معرفی رسانه‌ها و پست مدرنیسم شناخته می‌شود. تعبیر «واقعیت مجازی»، «اقتصاد سیاسی نشانه» و «وانمایی» اکنون بیشتر با نام او گره خورده‌اند و این موجب شده است برخی او را «مک لوهان فرانسوی» بخوانند که به گسترش و فهم جایگاه رسانه‌ها در مطالعات پست مدرن کمک کرده است.

رسانه چیست؟

شاید مهم‌ترین پرسش در مطالعات رسانه و ارتباطات، پرسش از چیستی و ماهیت رسانه باشد که هر دو سویه هستی‌شناسانه و معرفت‌شناختی آن را دربردارد. تعبیر معروف مک لوهان «رسانه پیام است»، می‌تواند عمق معرفت‌شناسی رسانه و ضرورت پرسش از چیستی آن را نشان دهد.

- آیا رسانه وجودی مستقل (Autonomous) دارد؟

- آیا رسانه پیام را منتقل می‌کند؟

- آیا رسانه تعریف مخاطب را از پیام تعیین (Determination) می‌کند؟

پاسخ به این پرسش‌ها و چندین پرسش دیگر در زیر عنوان چیستی رسانه، خواه ناخواه علاوه بر فهم ساختار هستی‌شناسانه (Ontological) آن همچون:

- توسعه

- نظم اجتماعی

- نظارت و کنترل

- بسیج اجتماعی

- هویت

- تفریح و سرگرمی

- جهانی‌شدن

و چندین کارکرد دیگر را که پیش از این از آنها سخن گفته‌ایم، به دنبال خواهد داشت. برای پرسش از «چیستی» حداقل سه پاسخ می‌تواند ارائه شود.^۲

رسانه به عنوان رمزگان (Codes) به نظامی از نشانه‌ها که از ترکیب خود، معنی را دلالت می‌کنند، برمی‌گردد.

رسانه به عنوان کانال یا مجرا (Channel)، به انتخاب نوع (آرایش) خاصی از ابزارهای ارسال و دریافت اطلاعات اشاره دارد (مانند رادیو، تلویزیون، مطبوعات و ...).

رسانه به عنوان وسیله یا میانجی (Medium) نیز مجموعه‌ای از ویژگی‌های فیزیکی، فناورانه و نهادینه است که اشکال مختلف ارتباط را امکان‌پذیر می‌سازد.

همین سه رویکرد در چیستی رسانه‌ها، خود پرسش‌های دیگری را برمی‌انگیزد:

- آیا رسانه خنثی است؟
- رسانه چگونه معنا را منتقل می‌کند؟
- آیا رسانه از پیام مهم‌تر است؟ (یا خود پیام است؟)

این پرسش‌ها کمک می‌کنند کلان روایت‌های سنتی کارکرد رسانه، همچون جایگاه آن در بین دیگر دستگاه‌ها (Apparatus) و نهادهای اجتماعی برای حفظ نظم، تعریف هویت و دستیابی به توسعه و پیشرفت، آسان‌تر تبیین شوند.

پرسش از نفوذ و قدرت (Clutches) رسانه درون دو پرسش دیگر صورت می‌گیرد:

- آیا رسانه آن قدر توانمند است که نوع و چگونگی دریافت پیام از سوی مخاطب را تعیین کند؟
- آیا رسانه پیام را آن گونه که هست، منتقل می‌کند؟

در رویکرد ارتدوکسی، رسانه می‌تواند هر دو کارکرد تعیین‌کنندگی و توصیف را ارائه کند. در هر دو، رسانه پیام را به ابژه (Object) تبدیل (فرو می‌کاهد) و به مخاطب عرضه می‌کند. ابژه ساختن همه چیز (و در اینجا پیام) این توانایی را به رسانه می‌دهد که چگونگی توصیف پیام را تعیین کند.

از این زاویه، رسانه پیام (ابژه) را با کمک ابزارهای خود آنچنان شفاف نشان می‌دهد که توصیف، واقعی و عینی و گاه واقعی‌تر از آنچه هست، به نظر می‌رسد (تحلیل بارت در مورد زیباشناسی عکس، مثال خوبی است). بر این اساس، رسانه‌ها با فروکاستن پیام‌ها به ابژه، نوع تعریف واقعیت (Reality)، چیزها (Thing) و سوژه‌ها (Subject) را با تعویق روبه‌رو می‌کنند. این تعویق، آنچنان که «ون دن بلوک» (Van den Bluck) می‌گوید تحت تأثیر دیدگاه‌های گافمن و گارفینگل، رسانه‌ای شدن واقعیت اجتماعی و زندگی روزمره است.^۳

کارکرد تعویق در هر دو الگوی رایج تعریف رسانه به چشم می‌خورد:

- رسانه پیام را منتقل می‌کند.

- رسانه همان پیام است.

رویکرد اول که از الگوهای کلاسیک و ارتدوکس تعریف رسانه است، بیشتر به

ویژگی انتقالی و توصیفی رسانه علاقه نشان می‌دهد و رویکرد دوم به ویژگی تعیین‌کنندگی (و نه لزوماً جبرگرایانه، آن گونه که اغلب در ارتباط با مک لوهان تعبیر می‌شود). این اصطلاح از سوی آلتوسر رواج پیدا کرد. آلتوسر معتقد است رسانه و دیگر دستگاه‌های ایدئولوژیک قدرت می‌توانند در مقاطع متفاوت، چگونگی به گفتار درآمدن یکدیگر و یا روایت‌های خارج از خود را تعیین کنند. برای مثال در مقطعی، دستگاه رسانه در موقعیت تعیین‌کنندگی قرار می‌گیرد و تعیین می‌کند کدام روایت از نظم اجتماعی، شهروندی، فرهنگ، توسعه و ... به گفتار درآید و کدام روایت‌ها خاموش بماند. به طور خلاصه، تعیین‌کنندگی، الگویی نئومارکسیستی است که به نقد جبرگرایی زیربنا و روبنای رسانه می‌پردازد. در هر دو، نمی‌توانیم قدرت چهارچوب‌گذاری (Framing) رسانه - اصطلاحی را که روان‌شناسی اجتماعی در مطالعات رسانه‌ای باب کرد - نادیده بگیریم؛ یعنی رسانه در بازنمایی (Representation) پیام، خواه‌ناخواه بر آن اثر می‌گذارد.

بر این اساس، می‌توان گفت رویکرد انتقالی، نوعی ویژگی مدرنیستی به همراه داشته

و رویکرد تعیین‌کنندگی (رسانه پیام است)، نوعی ادعای پست مدرنیستی است. در

رویکرد مدرنیستی، رسانه به بازنمایی پیام می‌پردازد و واقعیت اجتماعی را باز تولید می‌کند، در حالی که در رویکرد پست مدرنیستی، بازنمایی، امکان‌ناپذیر است. رسانه‌ها کارکرد بازنمایی ندارند بلکه پیام را می‌سازند و از این رو واقعیت اجتماعی، لزوماً نوعی تعویق رسانه‌ای نیست بلکه ساخته آن است.

در حالی که در رویکردهای ارتدوکس، رسانه‌ها از آنجا که واقعیت را به نمایش می‌گذارند می‌توانند در چگونگی این نمایش، روایت و بازنمایی دخالت کنند و از این رو در نوع معنا و تفسیر مخاطبان و به طور کلی‌تر در نوع نظم موجود مؤثر باشند، در الگوهای جدید - پست مدرنیستی - چیزی خارج از رسانه وجود ندارد. پیام جدا از رسانه نیست که بخواهد آن را منتقل کند. پیام محصول رسانه و درون آن است. از این زاویه، رسانه تنها چیزی را کاهش (Reduction) نمی‌دهد بلکه آن را برای فریب (Seduction) وانموده (Simulacra) می‌سازد. رسانه نه تنها پیام بلکه مهم‌تر از آن است. سرانجام، بودریار، یکی از چهره‌های پیشگام این رویکرد، با این ادعا که ما اکنون به جای اشیا (Thing)، نشانه‌های (Sign) آنها را مصرف می‌کنیم، در موضعی تند و رادیکال اعلام کرد «رسانه مرده است».

رسانه از این زاویه، مرکز زدوده شده و خود در اشباع نشانه‌ها گرفتار شده است. رسانه‌ها دیگر نهادهای متمرکز که پیام را منتقل می‌کنند یا می‌سازند، واقعیت را تعریف می‌کنند و سوژه را به ابژه کاهش می‌دهند، نیستند بلکه نظام‌های نشانه‌ای خود - مرجعی (Self - refrence) اند که وانموده‌ای (Simulacra) از ابژه‌ها می‌سازند^۴ و به بیرون پرتاب می‌کنند (گویی همچون زیست - جهان و پس زمینه‌ای برای زندگی روزمره‌اند) که به مخاطبانی مرکز زدوده و دال (Signifire) که برای دلالت‌های بی‌پایان دیگر هستند و امکان معنای ثابت و مستقر در آنها وجود ندارد، برخورد می‌کند.

پیتر برگلز (Peter Berglez)، گزارش منظمی از سیر این تحولات به دست می‌دهد.^۵ او در مقایسه «سیاست، هویت و رسانه‌های جمعی»، در حالی که دیدگاه‌های لاکلاو و موفه (Laclau & Mouffe) و فرکلاف (Fair Clough) را محور تحلیل خود در مورد ناپایداری «سوژه» و «معنا» قرار می‌دهد، چهره‌ای از مطالعات رسانه‌ای را درون

چهارچوب‌های پست مدرنیستی و یا ساختارگرایی ارائه می‌کند. او این تحلیل خود را برای آزمون دیدگاه سنتی مارکسیستی رسانه، که به تولید معانی ثابت (Fixed) در رسانه و سپس جبرگرایی ساختاری دریافت این معانی ثابت از سوی مردم اعتقاد دارد، ارائه می‌کند. او می‌گوید لازم است طیف بزرگی از الگوهای ساختاری و مطالعات تجربی دریافت رسانه و سنت رایج «فرستنده - متن - گیرنده» که بر خلق هویت‌های مستقل مخاطبان تأکید می‌کنند به چنین نقدهایی افزوده شوند.

برگلز، برای نمونه، از الگوی تزریق (Hypodermic)، دیدگاه‌های مکتب فرانکفورت، اقتصاد سیاسی، نظریه‌های روانکاوی و ساختاری آلتوسر که معتقدند رسانه می‌تواند پیام را به مخاطب تزریق کند، نام می‌برد. او برای نقد این الگوها و نشان دادن ویژگی‌های ناپایدار و چندمعنایی پیام‌های رسانه‌ای، به چالش‌ها و الگوهای رقیب و جایگزین اشاره می‌کند:

۱- دیدگاه دیویی (Dewey) که می‌گوید رسانه بالقوه یا خود به خود، معنا یا اطلاعاتی دربر ندارد. بدین معنا، اطلاعات یا حقیقت، تنها در ارتباط بین متن و سوژه وجود دارد. آنچه ما فرهنگ می‌خوانیم، محصول تفسیر و خواندن خلاقانه این پیام‌هاست. چیزی که کری (Carey) آن را ارتباطات آیینی (Ritual) می‌خواند. رویکردی که نقطه مقابل ارتباط ابزاری، انتقالی و مکانیکی است.

۲- دیدگاه استفاده و رضامندی که بر قدرت انتخاب مردم براساس نیاز و استفاده رضایت بخش از پیام‌های رسانه تأکید می‌کند.

۳- دیدگاه فیسک (Fiske) در مورد محصولات فرهنگی که دیدگاه‌های «لاکلاو و موفه» را نیز به همراه خود دارد. فیسک، به دیدگاه فوکو درباره قدرت و نظریه‌های گرامشی درباره هژمونی تکیه دارد و بر ساختار هژمونیک و روابط قدرت در فرهنگ معاصر تأکید می‌کند که غیرقابل پیش‌بینی است و همواره صورت‌هایی از مخالفت و مقاومت (Resistance) را در خود دارد.

۴- دیدگاه‌هایی که الگوهای استفاده و رضامندی مخاطب فعال را، این که معانی را به طور مستقل و خارج از نشانه‌ها و نهادهای رایج متون رسانه‌ای دریافت می‌کند،

ترکیب می‌کند. او دیدگاه‌های ولوشینف (Volosinov) در مورد زبان و گرامشی در مورد هژمونی را ترکیب می‌کند و با الگوی رمزگذاری - رمزگشایی (Encoding - decoding)، می‌کوشد راه میانه‌ای را طی کند و دلالت را همچون مبارزه (Struggle) بخواند که ممکن است به نفع یکی، رسانه یا مخاطب، بیانجامد. او سه موضع «تسلط، دلالت و مخالفت» در رمزگشایی را به همین منظور ارائه کرد.

۵- دیدگاه جیمسون و بودریار که معتقدند، مخاطبان، دال‌های ناپایداری‌اند که هویت آنان با هوس‌ها (Desires) و جستجوی شیوه‌های جدید لذت (Enjoyment) گره خورده است و به جای استفاده از کالاها، نشانه‌های آنها را مصرف می‌کنند.

۶- برگلز، سرانجام، متأثر از دیدگاه پساساختارگرایی دریدا و الگوی بینامتنی (Intertextuality)، تحلیل گفتمانی (Discourse analysis) را برای فهم روابط رسانه و مخاطب پیشنهاد می‌دهد. او تأکید می‌کند که تحلیل گفتمان را به پیروی از فرکلاف، برای نشان دادن ویژگی‌های پساساختارگرایانه به کار می‌گیرد.

«روی لانگر» (Roy Langer) دیدگاه مشابهی با «برگلز» دارد. او نیز ضمن نقد الگوهای رایج رسانه‌ای، الگوی تحلیل گفتمانی و نشانه‌شناسی اجتماعی را برای مطالعه رسانه پیشنهاد می‌کند.^۶

اگر همان‌گونه که «لانگر» نیز می‌گوید، گفتمان را «استفاده اجتماعی از زبان» بخوانیم تحلیل گفتمانی و نشانه‌شناسی اجتماعی می‌تواند جایگاه و نقش پساساختارگرایانه زبان را در رسانه نشان دهند.^۷

از نظر پساساختارگرایان، چیزی خارج از زبان وجود ندارد. این که نظریه یا علم از طریق زبان منتقل می‌شود، بی‌معناست. زبان ماهیت خنثی ندارد. واقعیت ویژگی زبان‌شناختی دارد و محصول «بازی‌های زبانی» است. حقیقت، محصول زبان و روابط اجتماعی قدرت است و خارج از زبان بی‌معناست.

چون علم، دانش و واقعیت، محصول زبان هستند هیچ‌گاه کامل نیستند. «نرینا جنسن» (Nerina Jensen) با پذیرش این زمینه پساساختارگرایانه و پست مدرنیستی از رسانه تأکید می‌کند نظریه‌های ارتباط جمعی و رسانه نیاز به بازنگری و بازسازی دارند.

او ضمن بیان مثالی از داگلاس کلنر، مارک پاستر و دیگران، دو موضوع نقد نیچه از حقیقت در جهان مدرن^۸ و ویژگی میان رشته‌ای «تعامل اجتماعی» را در چهارچوب نقد پساساختارگرایانه، برای مطالعات ارتباطی مؤثر می‌داند. بدین معنا که «ساخت اجتماعی واقعیت» چهارچوبی میان رشته‌ای از قوم‌نگاری، پدیدارشناسی و ... است که برای فهم ماهیت زبان‌شناختی و «رسانه‌ای» (Mediation) واقعیت مناسب است و در چهارچوب این الگو که ویژگی پساساختارگرا دارد، باید بدانیم چگونه یک واقعیت زبان‌شناختی می‌تواند صادق و حقیقی (Truth) باشد؟ چیزی که «جاستین گریپسروود» (Jostein Gripsrud) آن را پرسش از «مشروعیت بیان» (Rhetoric) رسانه در مورد دانش و فرهنگ می‌خواند.^۹

پرسش از حقیقت و صدق (Truth) در رسانه، زمانی اهمیت می‌یابد که دقت کنیم چگونه می‌توان امر تخیلی (The imaginary) را به عنوان کارکرد رسانه‌های پست مدرن از امر واقعی بازشناخت؟ یا چه چیزی حقیقی است؟ امر تخیلی محصول ترکیب دو حوزه در مطالعات رسانه‌ای است: نشانه‌شناسی و روانکاوی.

نشانه‌شناسی را در چند چهره می‌توان نشان داد:

- پیرس

- سوسوری

- دریدا و بارت

- بودریار

روانکاوی نیز می‌تواند به دو دسته (برای مطالعه رسانه‌ای) تقسیم شود:

- روانکاوی فرویدی

- روانکاوی لاکانی

بر این اساس می‌توان گفت، نشانه‌شناسی، روانکاوی، فرهنگ و الگوهای مشابه،

گفتمان مسلط در مطالعات پست مدرنیستی و پساساختارگرایی رسانه را تشکیل

می‌دهند. چنان که برخی برای مطالعه رسانه درون چهارچوب پساساختارگرایی و پست

مدرنیسم از اصطلاح «زندگی روزمره» (Everyday Life) استفاده می‌کنند. سرانجام، «یان آنگوس» (Ian Angus) می‌گوید ویژگی زبان، کارکرد اجتماعی و پراکسیس آن است. او این ادعا را همچون چرخشی در علوم انسانی می‌خواند و^{۱۰} یا آن را برای تعریف طیفی از حوزه‌ها همچون ارتباطات، مطالعات فرهنگی، قوم‌نگاری و ... به کار می‌گیرد. می‌توان گفت که این ادعا تا اندازه‌ای ویژگی‌های پساساختارگرایی رسانه، بیان اجتماعی واقعیت، درون چهارچوبی از عمل مداوم را نشان می‌دهد.

توضیحاتی که تاکنون ارائه شد تعریف پست مدرنیستی و پساساختارگرایانه رسانه را، تا اندازه‌ای آشکار کرد. رسانه در چهارچوب پساساختارگرا و پست مدرنیستی، دیگر وجود مستقل (Autonomic) و هستی ثابتی (Stable) ندارد بلکه مرکز زدوده و چندپاره (Fragment) شده است. نظامی از نشانه‌ها (Sign) که مدام در ترکیب (Hybrid) و دگرگونی است و قدرت بیانگری (Representation) ندارد. پیداست که در چنین تبیینی از رسانه، کارکردهای مدرنیستی آن نیز با دشواری و ابهام عمده‌ای روبه‌رو است.

پساساختارگرایی، پست مدرنیسم و فروپاشی ذهنیت کارکردهای

ارتباطی

گفتارهای متعدد این نوشتار در مورد پساساختارگرایی و پست مدرنیسم، ممکن است بتواند جایگاه موضوع کارکرد (Function) را نشان دهد. ادعای پساساختارگرایی و پست مدرنیسم این است که نه تنها کارکردگرایی (Functionalism)؛ بلکه گزاره کارکرد نیز، الگویی ساختاری (Structural) و خطی (Linear) دارد و از این رو باید آن را کنار گذاشت.

بر این اساس، پرسش «رسانه‌های پست مدرن چه کارکردی دارند؟» پرسش متناقض و ناسازواره (Paradoxical) است. نمی‌توان هم از فروپاشی ذهنیت کارکرد سخن گفت و هم در جستجوی «کارکردهای پست مدرن رسانه» بود. حال، اگر فرض کنیم منظور

از عبارت «کارکرد» پست مدرن، لزوماً تعبیری خطی و ساختاری از آن نیست، بدین معنا که رسانه‌ای خاص در نقطه‌ای معلوم، به نتیجه‌ای معلوم منجر می‌شود، بلکه این است که خواه‌ناخواه رسانه‌ها، در صورت مرکز زدوده خود نیز آثاری دارند (هر چند گزاره اثر - effect - نیز همین وضعیت مبهم را دارد) که به تعبیر پساساختارگرایانه، دال (signifire) برای مدلول‌ها (signified) و دال‌های دیگر هستند باید دید تعبیر «کارکرد رسانه» در شرایط پست مدرن چه جایگاهی دارد و تفاوت آن با وضعیت مدرنیستی چیست. این در شرایطی است که پذیرفته باشیم، تعبیر «رسانه پست مدرن» امکان‌پذیر و سازواره است. گزاره کارکرد، حتی با چنین تعبیری با ابهام و ناپایداری روبه‌رو است. نگاهی به ادبیات معاصر علوم اجتماعی، ادبیات و هنر که متأثر از الگوهای پساساختارگرا و پست مدرن هستند، نشان می‌دهد Practice و Praxis می‌توانند جایگزین‌های مناسبی برای Function باشند. هر دو گزاره که با کمی مسامحه می‌توان آنها را عمل (مداوم - چندان که در تعریف لغوی Practice، آن را مشق، ممارست و تمرین می‌خوانند یا در تعریف Praxis آن گونه که مارکس آن را به کار می‌گرفت، نوعی کار مداوم در جامعه و زندگی اجتماعی خوانده می‌شد) تعبیر کرد بهتر است با همان گونه‌های اصلی خود به کار روند. تاثیر ادبیات نوین است که در جامعه‌شناسی پدیداری، فلسفه آگاهی، نقد ادبی و هنر پدید آمده است و بخش عمده‌ای از آنها مدیون آثار مارکس، شوتز، گافمن، بوردیو و ... هستند.

چرا این دو گزاره، جایگزین‌های مناسبی هستند؟

ادبیات مطالعات ارتباطی و رسانه‌ای، دو دیدگاه غالب و مشابه را در مورد تعریف کارکردهای ارتباطی و وسایل ارتباط جمعی نشان می‌دهد:

- الگوی لاسول و همفکران او
- الگوی تامپسون و پژوهشگران هم نسل او

در الگوی لاسول، چهار کارکرد برای رسانه‌های جمعی ذکر شده است:

- نظارت و مراقبت

- همبستگی

- انتقال فرهنگی

- تفریح و سرگرمی

در الگوی تامپسون نیز، تلاش شده است به اعتبار مدرنیته و تأثیرات آن، کارکردهای نوپدید و روزآمدتری اضافه شود. او در کتاب *Media and Modernity* بر «پارادایم توسعه» به مثابه کارکرد نوین رسانه‌های جمعی تأکید زیادی می‌کند.

«لیزا لیتون» (Lisa – Jane Linton) در مقاله «منبع‌سازی سنت: بررسی نقش رسانه‌ها در احیای صورت‌های فرهنگی سنتی» ضمن اشاره به الگوی تامپسون، تأکید می‌کند پیش از این لرنر (Lerner) در «گذر از جامعه سنتی» به موضوع توسعه و نقش رسانه‌های جمعی در توسعه کشورهای جهان سوم پرداخته بود اما ابتکار تامپسون این بود که با الگوی اختصاصی خود «هرمنوتیک ژرفایی» کوشید تا اعلام کند، رسانه‌ها می‌توانند با حفظ چهارچوب‌های سنتی، زمینه توسعه جامعه و مدرنیته‌سازی آن را فراهم کنند.^{۱۱} علاوه بر این، او به موضوع هویت (Identity) و جهانی شدن (Globalization) در درون کارکردهای رسانه‌های جمعی اهمیت داد.

بر این اساس، اگر عناصر رویکرد تامپسون را به دیدگاه لاسول اضافه کنیم، می‌توانیم چهره‌ای نمونه از الگوی ارتدوکس، سنتی و کلاسیک کارکرد رسانه‌های جمعی را در مطالعات رسانه‌ای ترسیم کنیم.

از این رو کارکرد رسانه‌های جمعی (در الگوی ارتدوکسی) می‌تواند به صورت زیر

باشد:

- نظارت و مراقبت

- همبستگی

- انتقال فرهنگی

- تفریح و سرگرمی

- توسعه

- تعریف هویت

- کمک به جهانی شدن

چنان که پیداست این کارکردها و چندین کارکرد مشابه براساس دیدگاه پساساختارگرا و پست مدرنیستی، فرا روایت‌ها (Metanarration) و ادعاهای آوانگاردی (Avantgard) هستند که مرکز زدوده شده و امکان‌پذیر نیستند. از این رو کارکردهای یاد شده، محصول نظریه‌های پوزیتیویستی و الگوهای روشنگری و عقلانیت مدرنیستی‌اند که با فروپاشی مدرنیسم، دلالت‌های آن نیز با بحران روبه‌رو شده است.

در عین حال نمی‌توان رد کرد که هر یک از این کارکردها، آن چنان که کلنر

می‌گوید، ویژگی آنتاگونیستی (Antagonistic) دارند.^{۱۲}

از این زاویه، رسانه‌ها در فاصله مدرن و پست مدرن، مرزهای کدر و بسیار همپوشی دارند. این ویژگی آنتاگونیستی و مرزهای کدر و همپوش، جدا کردن تفاوت و تشابه کارکردهای مدرن و پست مدرن رسانه‌ها را دشوار ساخته است.

۱- نظارت و مراقبت / سراسرینی

این کارکرد در هر دو حوزه مدرن و پست مدرن به چشم می‌خورد. با این تفاوت که مدرنیسم، نظارت رسانه را نظارتی خطی، کنشی ابزاری و الگویی خطی و ایدئولوژیک می‌داند که براساس آن، می‌توان افراد را به صرف اشاعه و یا ارضا، جامعه‌پذیر و بهنجار ساخت. در حالی که در رویکرد پست مدرنیستی، رسانه‌ها نوعی «سراسرینی» (Panopticon) و فضای «تمام - دید» ایجاد کرده‌اند که بدون هرگونه شیوه خطی و اشاعه‌ای یا اقناعی، افراد در معرض دید همدیگر هستند.

۲- همبستگی / چندپارگی

این رویکرد، به درستی کارکردی مدرنیستی است. در حالی که رسانه‌های مدرن، خوش‌بینانه برای ثبات اجتماعی و وفاق تلاش می‌کنند رسانه‌های پست مدرن، نظم را از طریق هم‌رنگ‌سازی دنبال نمی‌کنند بلکه محور آنها، چندپارگی، مرکز زدودگی و مدیریت این گسیختگی‌هاست.

۳- انتقال فرهنگی / وانمایی (فرهنگی)

کارکرد انتقال (Transmition)، خود کارکردی مدرنیستی است. بدین معنا که یک فرهنگ، روایت فرهنگی و به طور خلاصه، تعریف یک نسل از «واقعیت» به نسل دیگر منتقل شود. پست مدرنیسم، این کارکرد را زیر عنوان کلی‌تر امکان‌ناپذیری بازنمایی و روایت، رد و موضوع «وانمایی» (Simulation) را طرح می‌کند؛ یعنی رسانه‌ها قادرند تعریفی از واقعیت ارائه کنند که وانموده و رونوشتی از آن است و طبیعی به نظر می‌رسد، در حالی که این کارکرد با کمک توانایی‌های فنی رسانه‌ها صورت می‌گیرد و با خواست قدرت آمیخته است.

۴- تفریح و سرگرمی

تفریح و سرگرمی، از کارکردهای هر دو حوزه مدرن و پست مدرن رسانه‌هاست با این تفاوت که در رسانه‌های مدرن، درون جامعه مدنی (Civil society) و حوزه عمومی (Public sphere) صورت می‌گیرد اما در رسانه‌های پست مدرن علاوه بر این، ویژگی خود - ارجاعی (Self - refrence) دارد و در عین حال بیشتر به فریب (Seduction) نزدیک می‌شود. هر چند آدورنو و هورکهایمر، از پیش، روشنگری و ابزارهای آن از جمله رسانه‌ها را همچون فریب توده‌ای خوانده بودند.

۵- توسعه

توسعه، به طور مشخص کارکردی مدرنیستی است که پست مدرنیسم، با ادعای کلان - روایت بودن، ساختار و خطی بودن، آن را رد می‌کند. پیشرفت (Progress)،

به طور کلی یکی از محورهای اصلی نقد پست مدرنیستی از روشنگری و مدرنیسم است که به پیشرفت در کلان - روایت‌های مدرنیستی که تا حد آموزه (Ideology) کشیده شده است، اعتقاد دارد. رسانه‌های پست مدرن، کارکرد توسعه‌ای، به این معنا که از نقطه‌ای به نقطه‌ای دیگر و به سوی جامعیت (Totality) و آموزه‌های مشابه آن نزدیک می‌شویم، ندارند و به جای آن دارای کارکرد ریزوماتیک‌اند؛ به این معنی که جامعه برای حرکت، لزوماً از نقطه یا نقاط مشخص و ثابتی عبور نمی‌کند بلکه نقاط چندگانه‌ای در آن وجود دارد. روابط این نقاط با یکدیگر ناپایدار است و هر یک هویتی مستقل و جدا از دیگری دارند که تعریف بین آنها مدام در حال تغییر است. به همین دلیل این حرکت، متغیر، ناپایدار و پویاتر از الگوهای ارتدوکس پیشرفت و توسعه است.

۶- تعریف هویت

موضوع تعریف هویت نیز ادعایی مدرنیستی برای رسانه‌هاست که گاه با نام رایج جامعه‌پذیری شناخته می‌شود. در تعریف هویت، به فرض مدرنیستی سوژه (شناسنده) و هستی مستقل و ثابت از آن، تثبیت معنا (Meaning) به آن نسبت داده می‌شود، در حالی که مشخصه پست مدرنیسم، مرگ سوژه، مؤلف، انسان و ... است و هرگونه حصول و تثبیت معنا را رد می‌کند. از این رو، تعریف هویت به دلیل اینکه فرض آن، امکان تثبیت معانی خاص در سوژه‌هایی باشد که هستی ثابتی دارند، در پست مدرنیسم و رسانه‌های پست مدرن مردود است. رسانه‌های پست مدرن، تنها تکه‌های (Fragments) مرکز زدوده و وانموده‌ای را به سوی سوژه‌های چند پاره پرتاب می‌کند که آنها را در لحظه‌ای (Moment) گرفتار و به دال و مدلول‌های دیگر تبدیل می‌کند.

۷- جهانی‌سازی

این کارکرد نیز همچون توسعه، از کارکردهای مستقیم مدرنیسم و رسانه‌های مدرن است که به طور مشخص در معرض نقدهای پست مدرنیسم قرار دارد. پست مدرنیسم، جهانی‌شدن، فراگیر شدن، جامعیت و ادعاهای مشابه را به مثابه محصولات روشنگری و

مدرنیسم رد می‌کند و در عوض محلی‌گرایی (Localism) را پیش رو قرار می‌دهد. رسانه‌های پست مدرن نیز، از این رو، به جای جهانی‌شدن، محلی‌گرایی و جماعت (Community) را موجب می‌شوند. بدین معنا که فضای گسترده و به هم پیوسته جهانی، به مفهوم حضور جامعه (Society) یا جوامع به صورت یکجا نیست؛ بلکه برای مثال در فضای سایبر، ما با جماعت روبه‌رو هستیم.

نگاهی به این بررسی تطبیقی نشان می‌دهد، اگر چه دیدگاه کسانی چون تامپسون و به طور کلی برخی از کارکردهای رسانه‌ای، مرزهای همپوشی در مدرنیسم و پست مدرنیسم دارند، نمی‌توان برخی از دلالت‌های آشکار پست مدرنیسم را در کارکردهای رسانه‌ای رد کرد. تامپسون، خود نیز با طرح موضوع «تمام دید» سازی جامعه از سوی رسانه‌ها و «خود - بازتابی» می‌کوشد به این سو حرکت کند؛ اما این تلاش او نتوانسته چیزی بیش از همان تعبیر «مدرنیته متأخر» گیدنز باشد که تامپسون در اغلب تحلیل‌های خود از آن استفاده می‌کند.

ترسیم جدولی از این تقابل‌های مدرنیستی و پست مدرنیستی کارکرد رسانه‌ها می‌تواند چهره‌ای نمونه از این موضوع را نشان دهد.

جدول تطبیقی برخی از کارکردهای رایج رسانه‌ها در حوزه مدرنیسم و پست

مدرنیسم

پست مدرن	مدرن
Panopticon سراسربینی	Surveillance مراقبت و نظارت
Fragmentation چندپارگی	Solidarity انسجام
Simulation وانمایی	Cultural transmittion انتقال فرهنگی
Seduction فریب	Entertainment سرگرمی
Rhizomation چندنقطگی	Development توسعه
The other - signifire دیگری - دال	Identity هویت
Community جماعت	Globalization جهانی‌شدن

بررسی و دقت در این جدول، می‌تواند اهمیت ویژگی پراکسیسی و الگوی عمل (Practic) را در کارکرد رسانه‌های معاصر نشان دهد. همان‌گونه که برخی تلاش می‌کنند تعبیر ارتدوکسی «پراگماتیک» را برای نشان دادن ویژگی خرد (Minor) و عملگرایانه ساختاری (Structure) رسانه‌های معاصر احیا کنند.^{۱۳}

در اغلب مطالعات مربوط به پست مدرنیسم، تلویزیون جایگاه خاصی دارد. بسیاری از نویسندگان با اشاره به نمونه تلویزیون MTV، از قدرت پست مدرنیستی تلویزیون سخن می‌گویند.

پُت افدرهید (Pot Aufderheide) در دیدن صدا، تد گیتلین (Todd Gitlin) در تماشای تلویزیون، فرانک مک کونل (Frank Mc Conell) در دیدن از طریق کانال، استیو رابی (Steve Rabey) در ظهور تلویزیون شهرت، میشل سورکین (Micheal Sorkin) و ... از این دسته‌اند.

پرسش این است، چه کارکردهایی باعث شده است تلویزیون را «جهان واقعی پست مدرنیسم» بخوانند؟ چرا تلویزیون دیگر کارکرد مدرنیستی ندارد و دیگر نمی‌توان همچون کاهش‌های مدرنیستی، آن را آینه جامعه و فرهنگ خواند؟

یکی از نویسندگان در پاسخ می‌گوید: زیرا (ایدئولوژی) از طریق سرگرمی و مناظر عمل می‌کند، فرهنگ به جهانی شدن نشانه‌های کالاها تمایل دارد، سیاست پیرامون سبک زندگی تعریف می‌شود، انسجام اجتماعی را درون شبه انسجام‌های تصاویر تلویزیون تعریف می‌کند و این علاوه بر چندین ویژگی دیگر تلویزیون است. او سپس سه رویکرد در مورد تلویزیون ارائه می‌کند:

۱- تلویزیون به مثابه فرهنگ سریالی

تلویزیون، زیر این عنوان، بیان فرهنگی پروبلماتیک از آن چیزی است که پل سارتر «فرهنگ سریالی» می‌خواند. سارتر در نقد رادیو، تلویزیون و رسانه‌های جمعی سریالی بودن را صورت فرهنگی این رسانه‌ها می‌خواند.

ویژگی‌های این رویکرد عبارتند از:

- نبود نوعی ارتباط بین مخاطبان

- بعد ظاهری

- سستی مرزهای سیاسی

- واسازی کنش متقابل

- کاهش مخاطب به واحدهای منفعل

- سه لحظه دیالکتیکی در تلویزیون

پیروزی: در حالی که مخاطب فکر می‌کند زیرک‌تر از رسانه است.

خشم ناتوان: در حالی که به نظر می‌رسد مخاطب می‌تواند و اجازه دارد سخن

بگوید اما چیزی نمی‌گوید.

شیدایی و جذبه: تلویزیون، مخاطب را به نوعی در دام، گرفتار می‌کند.

۲- تلویزیون به مثابه یک فناوری پست مدرن

تلویزیون نوعی شکاف در تاریخ انسانی به وجود آورده است و تحلیل‌های

کلاسیک اجتماعی و فرهنگی را با بحران روبه‌رو کرده است. تلویزیون، حد فاصل پارادایم بزرگ مرگ جامعه و پیروزی هیچ چیز (Empty) است. نوعی اشباع و انبوهی رادیکال نشانه‌ها (Radical semiurgy).

به ویژگی‌های این رسانه، زیر عنوان پست مدرنیسم دقت کنید:

- نشانه و نه هنجار؛

- دلالت و نه جامعه‌پذیری؛

- صوری‌سازی و ظاهرگرایی ذهن و نه کیفیت‌گرایی؛

- وانموده و نه گفت‌مان نهادینه

- اشباع و هرج و مرج رادیکال (نشانه‌ها) و نه استانداردسازی؛

- وانمایی و نه عقلانی‌سازی؛

- انبوه نگاه‌های شهوت‌آلود که تحریک‌کننده‌اند و سارتر آنها را «وجودهای سریالی»

می‌نامد و نه ساختار نقش قدیمی درونی سازی نیازها

- قدرت به مثابه فریب و نه تهدید یا اجبار

- انحراف و نابهنجاری و نه نهادینه‌سازی

- نه جامعه، بلکه پیروزی فرهنگ دلالت

این ویژگی‌ها از سه طریق عمل می‌کنند:

۱- واژگونی اجتماعی

۲- واژگونی روان‌شناختی

۳- استعمار فناورانه

تلویزیون با جابه‌جا کردن کلیت ذهنی مخاطبان از جامعه با تصاویر و شبه رسانه، تعریف جامعه را دگرگون می‌کند.

تلویزیون به درون خود (Self) مخاطبان راه پیدا کرده است، به گونه‌ای که ما اکنون چیزی به عنوان «خود تلویزیونی» داریم.

تلویزیون، به دلیل توانایی‌هایی که دارد، نوعی جبر ابزاری و فناورانه به وجود آورده که تجربه مخاطبان را از زندگی در بر گرفته است.

با کمک این توضیحات می‌توان، کارکردهای تلویزیون را نشان داد:

- صورت‌بندی فرهنگی مسلط

- فرا - وانمایی

- زبان دلالت (و ویژگی‌های سورئالیستی)

- فراهم آوردن نوعی جامعه اطلاعاتی

۳- سرگرمی به مثابه ایدئولوژی مسلط فرهنگ تلویزیون

تلویزیون می‌تواند به عنوان «ماشین مصرف» سرمایه‌داری متاخر خوانده شود.

کارکرد تلویزیون به مثابه «وانموده مصرف» از سه طریق صورت می‌گیرد:

۱- جامعه مناظر: دی برد (واضع این دیدگاه) معتقد است منظره یا مناظر، کالاها و

سرمایه‌هایی هستند که به تصویر تبدیل می‌شوند و این از قابلیت‌های تلویزیون است.

۲- سرگرمی: ایدئولوژی تلویزیون به مثابه ماشین مصرف است و اساس این

سرگرمی نیز، فرهنگ سریالی تلویزیون است و این نوعی زندگی تلویزیونی برای بیننده خلق می‌کند.

۳- کارکرد تلویزیون به مثابه ماشین مصرف (از آن رو که تلویزیون، رسانه سبک زندگی است): تلویزیون نوعی وانموده و جامعه مناظری را خلق کرده که برای بیننده‌ای که ذهن او اشباع از تصویر است، همچون سبک زندگی تلقی می‌شود، به گونه‌ای که بیننده با استفاده از این مناظر احساس آزادی و خشنودی می‌کند، این خود محصول تأثیرپذیری مخاطب از تلویزیون است.^{۱۴}

اکنون چنان که گفته شد، آشکار است که تلویزیون به درستی، جهان واقعی پست مدرنیسم است و دلالت، وانمایی، فریب، اشباع نشانه‌ای، سطحی‌سازی، ساختارزدایی، چندپارگی و ... از عناصر و شیوه‌های کارکرد پست مدرنیستی آن است. گویی تلویزیون، چیزی جز پست مدرنیسم نیست. چیزی که ارول هولز^{۱۵} و بینگل^{۱۶} نیز به آن اشاره می‌کنند. هولز، تلویزیون را فرا رسانه‌ای می‌خواند که فرهنگ پست مدرنیستی را از طریق سرگرمی به هر خانه‌ای وارد کرده است. او چند پارگی، نامنسجم بودن و بی‌معنایی معنادار تصاویر را از ویژگی‌های این رسانه می‌خواند.

بینگل، آنگ و فدرستون نیز همان ادعاهای بودریار را در مورد وانمایی برای کارکرد پست مدرن تلویزیون، به کار می‌برند که قادر است واقعیت را از طریق چند پارگی و وانمایی، خلق و مرکززدایی کند.

پست مدرنیسم، رسانه‌ها و فضای سایبر

فضای سایبر (Cyberspace) نیز یکی از مهم‌ترین موضوعات در مطالعات پست مدرنیستی رسانه است. فضای سایبر که گسترش یافته ایده واقعیت مجازی (Virtual reality) است، بیشتر با نام ویلیام گیسون (William Gibson) شناخته می‌شود.^{۱۷}

فضای سایبر، در واقع ترکیبی از رایانه‌ها، ارتباطات دور (Telecommunication)، نرم‌افزار و داده به صورت مختصر و یکجاست. هسته و محور فضای سایبر را شبکه (Net) تشکیل می‌دهد. شبکه (Net)، همه رایانه‌ها و تلفن‌ها را در روی زمین به هم متصل می‌کند.

فضای سایبر، آن گونه که گیسون و نوک (Novak) معتقدند، بصری کردن (Visualization) همه اطلاعات، ارائه و بازنمایی گرافیکی داده‌ها، وانمایی واقعیت، دستیابی از راه دور به اطلاعات و داده‌ها، تعامل کاربران و چندین ویژگی دیگر را شامل می‌شود.

فضای سایبر، چیزی بیش از شکاف در رسانه‌های الکترونیک و یا تعامل‌های رایانه‌ای است. این فضا با محیط‌های مجازی خود و جهان‌های وانموده‌ای که دارد، همچون آزمایشگاه متافیزیکی و ابزاری برای بسیاری از تعاریف واقعیت است. هیم (Heim) پرسش‌های هستی‌شناسانه‌ای درباره فضای سایبر طرح می‌کند.^{۱۸} برای مثال، کاربران چگونه خود را در جهان مجازی نشان می‌دهند و به نمایش می‌گذارند؟ آیا آنان باید خود را در فضای سایبر، ابژه‌ای بین دیگران و بدن‌های سوم شخصی که نوعی استقلال دارند، بخوانند یا حوزه‌های بی‌معنا و تهی از آگاهی؟ عاملیت (Causality) و تصمیم‌گیری در فضای سایبر چه جایگاهی دارد؟

هیم معتقد است، برخلاف منطق لاینیتیزی «رسانه‌های الکترونیکی» که پیام را از جایی به جای دیگر منتقل می‌کنند، فضای سایبر به موقعیتی مجازی تبدیل شده است که منطق‌های دوگانه را برچیده و همه روابط انسانی، تجربه‌ها و ادراک‌های آنها را، همچون حروف یک متن کرده است.

هیم، همچنین از منطق و بنیاد رمانتیکی (Romance) فضای سایبر سخن می‌گوید و معتقد است نباید این ویژگی را از یاد برد. او به همین دلیل، تعبیر هستی‌شناسی اروتیک (مبتنی بر عشق، هوس و شهوت) فضای سایبر را به کار می‌گیرد.

به طور کلی رویکردهای مطالعه در مورد فضای سایبر را می‌توان در چند قسمت فهرست کرد:

- فضای سایبر و واقعیت (Reality)
- کنترل و نظارت در فضای سایبر
- فضای سایبر و فرا - متن (Hypertext)
- بدن‌ها و روابط انسانی در فضای سایبر

اغلب منتقدان و پژوهشگران معتقدند فضای سایبر، صورت پیشرفته واقعیت مجازی است که در آن، فضاهای سه بعدی نیز ابهام واقعیت را بیشتر کرده‌اند.^{۱۹} این باعث شده است که در فضای سایبر، جماعت یا جوامع مجازی (Virtual Communities) نیز برگزانه واقعیت مجازی افزوده شوند.

فرن بک و تامپسون (Fernback and Thompson) در «جوامع مجازی» تاکید می‌کنند که فضای سایبر، مفهوم دورکیمی جامعه را با بحران روبه‌رو کرده است. امکاناتی که فضای سایبر ارائه می‌کند، همچون چت و کنفرانس‌های گروهی و ... فضای سایبر و نمونه اصلی آن؛ یعنی اینترنت را، به نوعی حوزه عمومی (Public Sphere) تبدیل کرده است.^{۲۰}

الیزابت لاولی (Elizabeth Lawley) در «جامعه‌شناسی فرهنگ در ارتباطات رایانه‌ای» ادعا می‌کند ارتباط مبتنی بر رایانه همچون اینترنت، باعث شده است سازه‌های جامعه‌شناختی کسانی چون بورديو در مورد طبقه (Class)، میدان یا حوزه (Field)، عادت (Habit)، سرمایه نمادین (Symbolic capital) و قدرت (Power) با چالش‌های عمده‌ای روبه‌رو شود. اینترنت صورت‌بندی‌های جدیدی را به وجود آورده که لازم است براساس آن، دیدگاه‌های کسانی چون بورديو بازنگری شود. هر چند که در این موارد نیز همچون موضوع میدان، سرمایه نمادین و قدرت، اینترنت به توسعه آنها کمک کرده است.^{۲۱}

از سوی دیگر، نیکي سنی کلاس (Nikki Sannicolas) در «سایبر جامعه‌شناسی» (Cybersociology) معتقد است فضای سایبر، دیدگاه‌های گافمن درباره جامعه‌شناسی، روش‌شناسی مردمی یا اتنامتدولوژی را تایید کرده و توسعه داده است. فضای سایبر، از جمله اینترنت، هم اسطوره سنتی جامعه را با بحران مواجه ساخته و هم به توسعه روابط متقابل یا تعامل‌های اجتماعی و در اینجا تعامل‌های جماعت و اشخاص کمک کرده است.^{۲۲}

فضای سایبر (و بیشتر نمونه اینترنت) صورت‌های جدیدی از نظارت و کنترل اجتماعی را پدید آورده که الگوهای کلاسیک قدرت و کنترل را به حاشیه رانده است. تام بریگنال (Tom Brignall) در نوشته خود با عنوان «سراسربین جدید؛ اینترنت

همچون ساختار کنترل اجتماعی»، تأکید می‌کند در اینترنت ساختاری از نظارت و کنترل اجتماعی به چشم می‌خورد که با الگوی «سراسربین» فوکو و روش‌شناسی هژمونی گرامشی قابل مطالعه است.^{۲۳}

فضای سایبر، توسعه الگوهای پسا ساختارگرا را نیز به همراه داشته است. فرا - متن (Hypertext) از این جمله است. جرج لندو (George Landow) معتقد است فضای سایبر و فرامتن به جایگاهی برای ورود به الگوهای دریدا، بارت، نلسون و ون‌دام (Van dam) تبدیل شده است. این که فرا - متن مجموعه‌ای از دلالت‌ها و ارجاع‌های بی‌پایان را به وجود آورده است، در پسا ساختارگرایی به Textuality تعبیر می‌شود.^{۲۴}

سرانجام چنان که پیش از این گفته شد، فضای سایبر مجموعه‌ای از گرایش‌های بنیادین رمانتیک را به وجود آورده است. علاوه بر این، مارک گیس (Mark Giese) تأکید می‌کند بدن‌ها (Body) در فضای سایبر به متن کاهش داده شده‌اند. او اصطلاح «خود بدون بدن» را برای این کارکرد فضای سایبر، برگزیده است.^{۲۵}

پی‌نوشت‌ها

- 1 - Jones, Marsha, **Feminism, postmodernism and mass culture debate**
- 2 - Craig, Robert, **Communication**
- 3 - Bluck, Van den, **Mediation: Toward a media theory of the social construct of reality**
- 4- Vonnegut , **Structuralism and poststructuralism**
- 5 - Berglez, Peter, **The pretred non – fixed subject: Identity and the mass media**
- 6 - Langer, Roy, **The concept of discourse in the analysis at complex communication events**
- 7 - Jansen, Nerina, **Some characteristics, directions and foci of current mass communication theory**

- 8 - Jansen, Nerina, **Nietzsche' s critiave of modernity: some implication for the study of communication**
- 9 - Gripsrud, Jostein, **Rhetoric Knowledge, Mediation**
- 10 - Angus, Ian, **The materiality of expression**
- 11 - Linton, Lisa - Jayne, **The resourcing of traditional feet**
- 12- Kellner, Douglas, **Media and culture between modernity and postmodernity**
- 13- Langer, Roy, **The concept of discourse in the analysis of complex communication events**
- 14 - Kroker, Arthur, **Television and the triumph of culture**
- 15 - Hulse, Erroll, **What is postmodernism**
- 16 - **Postmodernism and television**
- 17- Brich, David, **What is cyberspace?**
- 18- Heim, Michael, **The erotic ontology of cyberspace**
- 19- Brich, David, **What is cyberspace?**
- 20- Fernback, Jan and Thompson, Brad, **Virtual community**
- 21- Lawley, Elizabeth, **The sociology of culture in computer – mediated communication**
- 22- Sannicolas, Nikki, **Cybersociology**
- 23- Brignall, Tom, **The new panopticon: Internet viewed as a structure of social control**
- 24- Landow, George, **Hypertextual Derrida, Poststructuralist Nelson**
- 25- Giese, Mark, **Self without body: Textual self – representation in an electronic community**

